

心理学你无须懂得太多，
但也不能知道得太少，看这本就够了。

不可不学的 心理学 32定律

牧之◎著



万变世界永远不变的**神秘法则**
适用于股市、销售、管理、交际多个方面
马云、雷军、普京、奥巴马、巴菲特、索罗斯等
全球政经圈**高端人士都受用的关键性力量**

拿起来就放不下的心理学入门书

32则心理学定律，**32**堂心理必修课

32种心理学现象，**32**个心理小技巧



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

不可不学的 心理学 32定律

牧之◎著



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

不可不学的心理学32定律 / 牧之著. — 上海 : 立信会计出版社, 2015.12

(去梯言)

ISBN 978-7-5429-4840-3

I. ①不… II. ①牧… III. ①心理学 - 通俗读物

IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第271935号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 蔡伟莉 何颖颖

封面设计 久品轩

不可不学的心理学32定律

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路2230号

邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389

传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com

电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net

电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 固安县保利达印务有限公司

开 本 720毫米×1000毫米 1/16

印 张 18.25 插 页 1

字 数 296千字

版 次 2015年12月第1版

印 次 2015年12月第1次

书 号 ISBN 978-7-5429-4840-3/B

定 价 36.00元

如有印订差错, 请与本社联系调换

前言

preface

在复杂的社会现象中，隐藏着一些非常重要的社会规律和生活法则，它们是人类社会千百年思想和智慧的结晶，是哲学家、经济学家、心理学家的重大发现和研究成果。

这些心理学定律你或许还不太了解，或者对此熟视无睹，但你不能忽视它们的存在。因为，无论是在生活中还是工作中，无论你是管理者还是生意人，都会无形之中受到心理定律的影响，在这些定律的作用下，去做出决定，提出问题，思考办法，调节情绪，改善生活，追求成功。

比如，我们常常产生疑问：我是怎样的一个人？我的感觉从何而来？每个人都渴望洞悉自己广大而幽渺的内心世界，巴纳姆定律将帮助你解决这些问题，从而揭开你心灵的面纱。

与他人初次见面，给人留下的印象，在对方的头脑中形成并占据着主导地位，这是首因定律在起作用，它会让你明白第一次“闪亮登场”的重要性，让你学会成功推销自己，用最好的形象示人。

给予就会被给予，剥夺就会被剥夺；信任就会被信任，怀疑就会被怀疑；爱就会被爱，恨就会被恨。社交中的互惠定律让你明白：你怎样对待别人，别人就怎样对待你。

.....

这些心理学定律的神奇力量既令人惊叹，又让人觉得不可思议。可以说，它们就像一个个变幻莫测的魔法师，操纵着我们的心理，决定着我们的态度，影响着我们的成败，改变着我们的命运。

美国哈佛大学的瓦伦特博士指出：“你可以承认乌云的存在，但别忘了乌云边缘的光明。”这句话告诉我们心理学定律对我们生活和工作的作用，了解它们，就能拨开乌云见到光明。

有句话说得好：凡事自有定数。成功自有成功之道，失败必有失败原因。道理很简单，是因为我们都习惯被这些心理定律所左右着。

世界上的一切事物，工作和生活中的一切行为和想法，看似纷繁无序，实际上却总是有着千丝万缕的联系。谁掌握了这些法则和规律，顺应潮流，并能够领悟和合理运用，谁就能找到成功之道，成功概率就会大大提高，就能在竞争中立于不败之地。掌握并运用好这些定律，可以让你做事事半功倍，处世顺风顺水，生活心想事成。

本书以通俗易懂和优美生动的文字向读者介绍了32个经典黄金定律，这些定律与我们的日常生活与工作息息相关。全书内容翔实丰富，既包括有助于我们事业发展的成功定律，也包括启迪人生改变命运的心理效应；既有让我们在工作中获得快乐和热情的职场规则，也有在生活中屡见不鲜却未必知道的趣味心理学效应；既有包含博弈智慧和策略的营销法则，也有企业管理者以及成功人士都在运用的管理心理学定律，等等。几乎涵盖了个人成功与企业发展的各个方面，透过它们，我们可以了解纷繁复杂的世界背后的真相，尽快找到属于自己的方向。每个定律由详尽的主题阐释、发人深思的启示、精彩的故事演绎以及实用的心理指导方法组成，深入浅出，实用性强，多角度的阐述和分析便于满足不同读者的阅读需求。

希望通过本书经典定律的启示和指导，帮助读者更加深刻地认识社会和人性，了解自然法则和心理规律，从而运用于人生中，使许多复杂和疑难问题迎刃而解。读者借助心灵的神奇力量做到眼明心亮，思维缜密，头脑顿悟，获得成功、快乐和完满的幸福人生。

目录

contents

1 墨菲定律：潜意识成就强大的自己 1

 与人较劲的墨菲魔咒 2

 潜意识助你远离痛苦 4

 勇敢地面对和正视错误 6

 要相信自己的直觉 7

 积极的思想有助事业兴旺 9

 好运的心灵力量 11

 墨菲定律告诉你：内心强大的人生启示 12

2 吸引力法则：改变命运心想事成法则 14

 宇宙中最伟大的法则之一 15

 心想事成的秘密 16

 吸引自己想要的东西 17

 向宇宙下订单 18

 吸引力法则告诉你：“心想事成”的启示 20

3	巴纳姆定律：真正地认识自己	21
	“不自知”是一种危险	22
	一个人越了解自己，就越有力量	23
	找到适合自己的坐标	24
	巴纳姆定律告诉你：认识自我的3大途径	26
4	瓦拉赫定律：把力量放在你的强项上	28
	成功的诀窍在于经营自己的强项	29
	尽所能发挥优势，而非勉强弥补短处	30
	认识到自身的长处是大智慧	31
	补偿作用：失之东隅，收之桑榆	32
	让员工充分发挥其特长	34
	瓦拉赫定律告诉你：经营强项5法则	35
5	罗森塔尔效应：期望和积极暗示是神奇的指挥力	36
	罗森塔尔效应的本质：怀有期望的激励	37
	积极心理暗示产生巨大的力量	39
	精神激励能得到意想不到的效果	41
	传递积极期望，培养优秀孩子	42
	给他人以真诚的赞美	44
	罗森塔尔效应告诉你：对他人寄予期望要适度	45
6	洛克定律：为自己设定一个高目标	47
	目标是指引你走向成功的灯塔	48
	切实可行的目标最有效	49

多个目标会让你陷入迷茫	51
避免目标置换	53
洛克定律告诉你：制定目标 4 要素	54
7 帕金森定律：合理用人，提高效率	56
官在得人，不在员多	57
帕金森定律揭露效率的奥秘	58
珍惜时间就是珍惜生命	59
学习春兰公司的“三铁”法则	60
帕金森定律告诉你：管理中的用人之道	62
8 彼得定律：让自己做到胜任	63
想办法解决问题	64
没有任何借口	65
按轻重缓急处理事务	66
责任胜于能力	67
彼得定律告诉你：给社会新鲜人的忠告	68
9 破窗效应：第一时间修复问题漏洞	70
为什么脏乱差的城市犯罪率较高	71
未雨绸缪，采用预防性管理	72
反破窗效应：众为而势强	74
破窗效应告诉你：杜绝隐患的 8 个细节	75

10	奥赛罗效应：别让爱演变成可怕的“占有”	77
	即便得不到，也没必要毁掉	78
	“转移”：一种攻击性心理防御机制	78
	包容爱，才会享有爱	80
	百年夫妻前世缘，相敬相惜共长久	81
	奥赛罗效应告诉你：容易犯奥赛罗错误的星座男	83
11	因果定律：任何成功都不是偶然的	85
	付出就有收获，努力总有回报	86
	找出问题的原因	87
	在工作中抱怨是最没有价值之举	89
	先有胜利的态度，才有明天的成功	91
	爱出者爱返，福往者福来	92
	因果定律告诉你：得先有所予，做必有所得	94
12	情绪定律：你的情绪决定你的一切	96
	掌控情绪，做情绪的主人	97
	不做坏情绪的传递者	98
	乐观情绪与健康的密切关系	99
	不抱怨、不生气的活法	101
	情绪定律告诉你：拥有良好情绪的8个快乐法则	102
13	罗伯特定律：最大的敌人就是你自己	104
	信念激发战胜困难的勇气	105
	培养坚韧的品格	106

战胜挫折，战胜自己	108
练就“豺狼”性格	110
罗伯特定律告诉你：战胜自己的 32 字秘诀	111
14 蘑菇定律：没有茧中蛰伏，哪来羽化成蝶	113
主动适应环境，而不是让环境适应你	114
牛人都是熬出来的	115
要有点“耐得住烦”的本事	116
丢弃好高骛远，才能挽住成功	118
蘑菇定律告诉你：顺利度过蘑菇时期的 3 大诀窍	120
15 羊群效应：别被潮流牵着鼻子走	121
社会传统是如何形成的	122
理性消费，不盲目跟风	123
做一匹特立独行的狼	125
从众心理，顾客的致命弱点	127
不做随波逐流的人	129
投资切勿随大流	131
羊群效应告诉你：避免从众心理干扰的 5 个方法	132
16 青蛙法则：没有危机感就是最大的危机	134
生于忧患，死于安乐	135
要有居安思危的意识	136
在自危意识中前进	137
温水“煮”顾客，让他难以脱逃	139

准备充分，才能避免被操纵.....	141
企业危机沟通的十大禁忌.....	142
青蛙法则告诉你：培养危机意识的 4 个举措.....	144
17 雁行理论：团队就是力量.....	146
团队的力量大于个人的力量之和.....	147
发挥好领头雁的作用.....	148
学会借力借势成就自己.....	149
分工明确，合作才真正有效.....	150
雁行理论告诉你：如何提高团队合作能力.....	152
18 贝勃定律：珍惜小点滴，收获大幸福.....	153
少贪欲换回大满足.....	154
点滴爱蕴藏深深情.....	155
以小藏大谈价格.....	156
施小利多收益，抛小饵钓大鱼.....	157
幸福就是珍惜你所拥有的.....	159
贝勃定律告诉你：幸福藏在点滴间.....	161
19 乔治定律：成就人际，赢在沟通.....	163
沟通是搭建人脉的第一桥梁.....	164
沟通为成功打开心灵之门.....	165
倾听是最好的沟通.....	166
营造良好的企业沟通氛围.....	167
乔治定律告诉你：提高沟通能力的 5 个技巧.....	169

20	首因定律：创造良好的第一印象.....	171
	让印象管理提高你的成功概率.....	172
	7秒钟让你的印象在他人心中定格.....	173
	好形象征服面试官.....	174
	给客户留下良好的第一印象.....	175
	首因定律告诉你：如何打造良好的第一印象.....	177
21	权威效应：人微则言轻，人贵则言重.....	179
	有一种强大的影响力叫“权威”.....	180
	榜样的力量可以增强心理形象.....	181
	商家为什么请专家或名人推荐商品.....	182
	以自信为利器，破除“权威”的圈套.....	184
	权威效应告诉你：如何让自己拥有权威影响力.....	186
22	晕轮效应：擦亮眼睛，切忌“爱屋及乌”.....	187
	从“情人眼里出西施”说开去.....	188
	扩大自己的光环，提高自己的形象.....	189
	善于为自己开高价.....	190
	用两只眼睛看人，切勿以偏概全.....	192
	“晕轮”是把双刃剑.....	194
	晕轮定律告诉你：客观地看待每一个人.....	195
23	互惠定律：爱别人就是爱自己.....	196
	深谙互惠，利益共赢.....	197
	投之以桃，报之以李.....	198

不可不学的心理学32定律

爱心传递，懂得感恩.....	199
爱你的员工，他就会百倍地爱你的企业.....	200
互惠定律告诉你：你怎样对待别人，别人就怎样对待你.....	201
24 奥卡姆剃刀定律：用简单的方法解决复杂的问题.....	203
化繁为简是一种大智慧.....	204
简单就是高效.....	205
给人生做减法，让心灵不负重.....	207
管得少才能管得好.....	208
奥卡姆剃刀定律告诉你：简单化也有禁忌.....	211
25 霍布森法则：懂得选择，学会放弃.....	212
人生处处是选择.....	213
另辟蹊径，柳暗花明.....	214
从多项选择中明确想要的结果.....	215
有一种爱叫作放手.....	217
有选择就要有放弃.....	218
霍布森法则告诉你：注重选择的有效性.....	219
26 鲑鱼效应：让自己保持适度的紧张.....	221
合理引入鲑鱼型人才.....	222
反鲑鱼效应：有压力不一定有动力.....	223
鲑鱼效应告诉你：在压力和动力间求取平衡.....	223

27	刺猬法则：神秘的心理距离	225
	每个人都需要一个“自我空间”	226
	社交距离多少合适视关系而定	227
	女人远观才美，男人近看才识	229
	距离适当，感情才能幸福美满	230
	疏者密之，密者疏之	232
	刺猬法则告诉你：增强亲密感的 15 个秘籍	233
28	酸葡萄甜柠檬定律：快乐的精神胜利法	237
	适度的阿 Q 精神可以增加幸福感	238
	快乐地把你的本职工作做好	239
	知足常乐是一种处世态度	240
	酸葡萄甜柠檬定律告诉你：受益一生的十大快乐法则	241
29	投射效应：由己及人要适度	243
	利用投射心理，洞悉他人的心境	244
	偏见：跑偏的投射心理	246
	学会换位思考，设身处地理解别人	247
	投射效应告诉你：走出投射效应的误区	248
30	禁果效应：不禁不为，愈禁愈为	250
	为什么密室总会有好奇的闯入者	251
	“禁果格外甜”的秘密	251
	欲“诱”愈“禁”，欲“禁”反“纵”	252
	限量版促销，制造紧张气氛	254

	培养孩子好习惯，宜疏不宜堵.....	255
	禁果效应告诉你：巧诱好奇心，发挥积极性.....	257
31	海因里希法则：成与败都是一种量的积累	258
	没有失败就没有成功.....	259
	怀着一颗不服输的心.....	260
	每天进步 1%，迈向成功 100%.....	261
	自我妨碍：预约失败的自欺欺人之举.....	262
	用失败之鉴为成功铺路.....	264
	海因里希法则告诉你：成功者必备的 6 个素质.....	266
32	马蝇效应：竞争是迈向成功的催化剂.....	267
	感谢打压你的人让你不断进取.....	268
	把自己塑造成职场中的“优质猎物”	269
	把“要我做”变成“我要做”	271
	成功的动机来自自我实现的需要.....	273
	克服惰性，勤奋是成功的阶梯.....	275
	马蝇效应告诉你：优秀是一种习惯.....	276

I 墨菲定律： 潜意识成就强大的自己

【爱德华·墨菲是一名工程师，他曾参加美国空军于1949年进行的MX981实验。这个实验的目的是为了测定人类对加速度的承受极限。其中有一个实验项目是将16个火箭加速度计悬空装置在受试者上方，当时有两种方法可以将加速度计固定在支架上，而不可思议的是，竟然有人有条不紊地将16个加速度计全部装在错误的位置。于是墨菲作出了“事情如果有变坏的可能，不管这种可能性有多小，它总会发生，并引起最大可能的损失”这一著名的论断。简单来说，墨菲定律就是越害怕发生的事情就越会发生。注意力越集中，就越容易犯错误。】

与人较劲的墨菲魔咒

以下这些现象在我们的生活中非常常见，信不信由你，无论你遭遇其中的某件事时是一笑了之还是听天由命，这些司空见惯的倒霉事或者难得的好运气总是影响和干扰着我们。这就是墨菲定律的作用。墨菲定律就像一个会念魔咒的魔法师，跟我们开着各种大大小小、哭笑不得的玩笑。在墨菲定律的作用下，我们的生活可能会变得更美好，工作会变得更完善，也可能让我们的生活变得一塌糊涂，工作上会错误百出。

这些生活中的场景你一定也有过：

——你兜里装着一枚金币，生怕别人知道也生怕丢失，所以你每隔一段时间就会去用手摸兜，查看金币是不是还在，于是你的规律性动作引起了小偷的注意，最终金币被小偷偷走了。即便没有被小偷偷走，那个总被你摸来摸去的兜最后终于被磨破了，金币掉了出去丢失了。

——每天上下班站在站台旁等车，你越是焦急地盼望，公交车越是不来；等你不耐烦上了一辆出租车，发现自己要等的公交车也已经到站。

——你需要打出租车时，发现街道上的出租车不是被别人已抢先占用，就是半天不见车的踪影；而等你不需要坐出租车时，满大街都是显示“空车”字样的出租车。

——如果有一片面包不小心掉在地毯上，一面涂满果酱，一面没有涂满果酱，那么一定是涂有果酱的那面着地。

——如果把一件事交给容易出错的人去做，那么就一定会弄糟。

——你越是担心股市下跌，那么结果往往是跌；你越是盼望它涨，它偏偏跌得越起劲。

——买彩票时，如果连续几期都没有出现大奖，最后一定会中出一个千万或过亿的巨奖来。

——你的衣袋里放着一把门钥匙和一把车钥匙，当你想拿出门钥匙的时候，拿出来的往往是车钥匙。

1 墨菲定律：潜意识成就强大的自己

——你越害怕出丑的场合则越出丑。比如下楼梯时跌倒，恰好被别人看到。

——旁边的同学或同事津津有味地看小说或者玩手机游戏，好几次都在老师或领导的眼皮底下过关，于是你也忍不住想开个小差，只一次读小说或玩游戏，就被老师或领导逮个正着。

——你总是在最后寻找的那一个地方找到了你遗失的东西。

——你越是认为东西不可能丢在那里的地方，东西偏偏正是丢在了那里。

——超市连续两三天搞促销，你没有注意，当你注意到并决定第二天赶早来抢购时，商品却已恢复了原价。

——我们总是在时机不对的时候做决定或下结论。

——当你渴望成功时，成功往往来得很晚；当你讨厌失败时，失败却早早地不请自来。当你灰心丧气地放弃了一件事时，机会往往又来了。

——每一件事的完成总要比你预期的多花一些时间。

——每当你准备实施一个计划时，总有一些另外的事情不期而至，它们总是来得特别及时。

——你丢失了某样东西怎么找也找不到，当你买了新的之后，丢失的原物自动出现了。

——你在右车道上开车，总是感觉左车道上的车比你的车开得更快；而当你转过弯来到左车道时，又会感觉右车道上的车开得更快。

——每次你将坏电器拿去修理部准备修理时，它往往表现得非常良好，而当你刚拿回家试用，它又变得不听使唤。

——如果一个系统连傻瓜都会用，那么就真的只有傻瓜才去用它。

——每个人都有一个人永远没办法执行的致富计划。

——玩游戏时，你得到的最高分数、通过的最高关卡一定是你一个人玩的时候获得的。而当你骄傲地请别人来证明你的成绩时，你怎么也达不到最高分和通过最高关卡了。

——规则很难掌握，一旦掌握了之后，规则往往又变了。

——你总是在做完某件事之后，才发现完成这件事还有更快捷的方法。

——你越是想保持发型，它越是被逆风吹得一团糟。

——每次需要撕开封闭袋或者剥坚果壳时，都会十分后悔刚刚剪掉长指甲。

——排在你前面的那个人总是会办理最复杂的手续。你去银行柜台办业务，你越是焦急万分地等待，排在你前面的那个人总是办理时间最长的。

——好男人或好女人就如同停车位，总是被别人抢先占领。

——女人永远不会忘记那个她曾经拥有的男人，而男人永远不会忘记那个他无法拥有的女人。

——如果你同时爱上两个人并且不得不从中选择一个时，你放弃的往往是不该放弃的那个。

——你对一个人说宇宙里有上千亿颗星星，他一定相信，而你说旁边的这个长椅刚刚油漆过，他一定会去摸一摸才相信。

——我们每次掉东西都是掉在不容易捡的环境里。

.....

墨菲定律说明，越害怕发生的事情就越会发生。原因就是害怕发生，所以会非常在意，注意力越集中，就越容易犯错误。

任何事情都没有表面看起来那么简单，墨菲定律告诉我们，事情如果有变坏的可能，不管这种可能性有多小，它总会发生，并引起最大可能的损失。所有的事都会比你预计的时间长，会出错的事总会出错。所以，我们在做事前应该是尽可能想得周到、全面一些，避免不幸的事情发生，即使发生，我们也要勇敢面对，解决困难。

潜意识助你远离痛苦

从媒体上不断传出自杀新闻：淡水河畔曾发生一起母亲在子女面前跳河的惨剧，隔几天同样在淡水河，又发生一起 19 岁男子在父母面前跳河事件。更令人感到惊讶的是，在泰国有一名女子，竟然跑到曼谷的一个号称全球最大的鳄鱼养殖场，在大批游客面前跳潭自杀，当场被 100 多只鳄鱼分尸。大家在震惊之余，不免会感到疑惑，为什么这些人有这么大的勇气自杀，而不愿意将这股勇气拿来挑战人生？

事实上，人对于未来会感到不安与恐惧，害怕面对死亡，也因此知道珍惜生

1 墨菲定律：潜意识成就强大的自己

命，虽说如此，但是为什么还有人敢自杀呢？这和人的潜意识有非常密切的关系，当人对某些事情感到痛苦时，这个痛苦就会不断传输给潜意识，而潜意识就会忠实地依照信息，在情境来临时去实现。

潜意识是什么？它为什么能掌控我们的意识？如果我们将人比喻成一艘船，潜意识就像船长，引领船只驶向心所向往的地方。换言之，潜意识就是我们意识里的相信，这种相信使潜意识认同，而使相信变为真实。例如，我们心中一直惧怕某件事的发生，心中一直挂念着，果真这件我们极不愿意发生的事，就会发生，所以有人往往在事后，会认为自己早有预感，其实预感就是来自我们长期给予潜意识的信息。

世界著名的走钢索专家卡尔·华伦达曾经说过：“走钢索才是我真正的人生，其他都只是等待。”他就是以这样的态度来面对走钢索的生涯，所以每次表演都非常成功。但是在1978年，他在波多黎各的一场重要表演中，竟然意外地从75英尺（约23米）高的钢索上坠下而死。

事后他的太太道出了原因，她说，在表演的前三个月，华伦达开始怀疑自己在这次的表演中可能失败，所以他不时忧虑着，万一失败掉下去怎么办？在表演的当天，他因为不放心还一反常态特别去检查钢索是否牢固，但是却没有因此更为小心，导致了这场悲剧。

人的行为有90%是受潜意识所控制，而潜意识是从我们出生开始，经过每日意识沉积所形成的。所以它不仅会反映在我们的心理上，更会反映在我们的生理上，因为人的身体是由自律神经所掌控，而自律神经是由交感神经和副交感神经作用而形成的。如果两者作用互动平衡，自律神经就会正常，我们身体各方面的运作也会因此协调。

而我们是无法用意志去控制自律神经的，例如当我们感到生气、焦虑、恐惧时，交感神经是处于极度紧绷的状态，使心跳及血压跟着起伏，整个身体就会不听从使唤，处于极度兴奋的状态，就连肌肉都会紧绷起来。如果长时间下来我们的心理都是处于低潮，或情绪的紧绷状态，身体就会产生极大的警讯，最后也会因为我们不能承受这样的压力，而使我们崩溃，理智（显在意识）完全被潜意识掌控。

自杀的动机绝不是临时起意，而是因为人感到痛苦，所以不断告诉自己，死去总比活着好，潜意识就产生活着干什么的意念，最后终于带领人走上死亡。所

以人应该时时刻刻朝正面思考，而不要让负面的痛苦沉淀。例如，我们信仰宗教、求神拜佛，无非是祈求痛苦能获得解脱，这个过程就是不断在告诉潜意识，我们要远离痛苦。重复的告知，潜意识确实就会带领我们远离痛苦。

勇敢地面对和正视错误

众所周知，人类即使再聪明也不可能把所有事情都做到完美无缺。正如所有的程序员都不敢保证自己在写程序时不会出现错误一样，容易犯错误是人类与生俱来的弱点。这也是墨菲定律一个很重要的体现。

想取得成功，我们不能存有侥幸心理，想方设法回避错误，而是要正视错误，从错误中汲取经验教训，让错误成为我们成功的垫脚石。关于这一点，丹麦物理学家雅各布·博尔就是最好的证明。

一次，雅各布·博尔不小心打碎了一个花瓶，但他没有像一般人那样一味悲伤叹惋，而是俯身精心地收集起了满地的碎片。

他把这些碎片按大小分类称出重量，结果发现：10~100 克的最少，1~10 克的稍多，0.1 克和 0.1 克以下的最多；同时，这些碎片的重量之间表现为统一的倍数关系，即较大块的重量是次大块重量的 16 倍，次大块的重量是小块重量的 16 倍，小块的重量是小碎片重量的 16 倍……

于是，他开始利用这个“碎花瓶理论”来恢复文物、陨石等不知其原貌的物体，给考古学和天体研究带来意想不到的帮助。

事实上，我们主要是从尝试和失败中学习，而不是从正确中学习。例如，超级油轮卡迪兹号在法国西北部的布列塔尼沿岸爆炸后，成千上万吨的油污染了整个海面及沿岸，于是石油公司才对石油运输的许多安全设施重加考虑。还有，在三里岛核反应堆发生意外后，许多核反应过程和安全设施都改进了。

可见，错误具有冲击性，可以引导人想出更多细节上的事情，只有多犯错，人们才会多进步。假如你工作的例行性极高，你犯的错误就可能很少，但是如果你从未做过此事，或正在做新的尝试，那么发生错误在所难免。发明家不仅不会被成千的错误所击倒，而且更会从中得到新创意。在创意萌芽阶段，错误是创造

1 墨菲定律：潜意识成就强大的自己

性思考必要的副产品。正如耶垂斯基所言：“假如你想打中，先要有打不中的准备。”

现实生活中，每当出现错误时，我们通常的反应都是：“真是的，又错了，真是倒霉啊！”这就是因为我们以为自己可以逃避“倒霉”、“失败”等，总是对自己心存侥幸。殊不知，错误的潜在价值对创造性思考具有很大的作用。

人类社会的发明史上，就是充满了利用错误假设和失败观念来产生新创意的人。哥伦布以为他发现了一条到印度的捷径，结果却发现了新大陆；开普勒偶然间得到行星间引力的概念，却是由错误的理由得到的；爱迪生也是知道了上万种不能做灯丝的材料后，才找到了钨丝……

所以，想迎接成功，先放下你的侥幸心理，加强你的“冒险”力量。遇到失败，从中汲取经验，尝试寻找新的思路、新的方法。

要相信自己的直觉

在我们的日常生活中，“墨菲定律”的身影随处可见，比如：在交际中，你越是不想见到某人，跟某人相遇的机会越会增加；如果你不小心把一片刚刚涂好果酱的面包掉在了新买来的地毯上，结果往往是与你所祈祷的相反——总是有果酱的那面朝下；早上上班起床的时候，怕把孩子吵醒，你一再注意，结果孩子还是叫住你；在街上准备拦一辆车去赴一个时间紧迫的香艳约会，但你会发现街上所有的计程车不是有客就是根本不搭理你，而你不需要计程车的时候，却发现有很多空车在你周围游弋，那些司机随时会待你的手一扬就戛然而至你面前。只要细心观察，有很多事情和墨菲定律有着密不可分的联系。

1983年9月，洛杉矶的盖蒂博物馆得知，一位艺术品经纪人手上有一座大理石“青年立像”，该立像据说出土于希腊，创作于公元前6世纪，保存得非常完好，可谓稀世珍宝。

但博物馆的工作人员面临着一个严肃问题：这座雕像是真是假？博物馆组织了专家展开了非常谨慎的调查工作，还专门聘请地质学家用高科技技术检验石材的年代。

经过长达14个月的调查后，博物馆实在没有找到证据证明雕像是赝品，因

此高价购入。雕像入驻博物馆后，许多世界顶级的古文物专家慕名前来参观，但就在看到了这座雕像后，他们都认为不是真品。这些专家并没有进行详细的检验，他们只是在看第一眼的一刹那，就感觉哪里有不对，可又说不清问题究竟在哪里。

一位古希腊雕像专家说，他看到雕像的第一眼感觉就是：“他很新鲜，一点儿都不像在地下埋了几千年的。”还有一位博物馆馆长说：“感觉这个雕像从未在地下埋过，很奇怪。”博物馆面对众多专家的怀疑也动摇了，于是又组织专家进行深入调查并翻阅相关文献，结果发现这些专家的“感觉不对”是正确的。

专家们和那位博物馆馆长的直觉验证了“墨菲定律”——人们觉得可能出错的地方，就一定会出错，在技术上很难分清真品和赝品的东西，在感觉上却分辨出来了。所以，在日常生活和工作中，我们的感觉是灵敏的，而且有时是正确的，我们要相信自己的直觉，做好准备，只有这样我们才能防止失误和损失的发生。

你可以通过以下测试来判断自己的直觉敏感度。

用“是”或“否”回答下列问题：

- (1) 你曾经在门铃响时，就料到谁来你家吗？
- (2) 你经常在没有技巧的情况下也会赢一些带有赌博性质的游戏吗？
- (3) 衣服只要看一眼，你就知道它合不合适吗？
- (4) 你曾经觉得现在发生的事曾在某时丝毫不差地发生过吗？
- (5) 玩猜猜看的游戏，你经常赢吗？
- (6) 在冥冥中，曾经有人指示过你吗？
- (7) 你的命运真的有一种神奇的力量在操纵吗？
- (8) 你曾经在对方尚未开口前，就知道他想讲什么吗？
- (9) 你能够凭第一眼就确定你以后和他的交往程度吗？
- (10) 你能够感觉到一个陌生人的好坏吗？
- (11) 曾经一看到某套衣服，立刻有一定要买下它的直觉吗？
- (12) 你曾经有过特别想念一个久未谋面的朋友时，那人就突然跟你联系吗？
- (13) 你曾经有过觉得某人不可靠的那种直觉吗？
- (14) 你曾经在拆信前，就已猜到信的内容吗？
- (15) 你曾经有过对陌生人似曾相识的感觉吗？
- (16) 你曾经因为不好的预感而取消出行的计划吗？

1 墨菲定律：潜意识成就强大的自己

- (17) 你曾经在半夜醒来，担心某个亲友的安危吗？
- (18) 你曾经没由来地讨厌某些人吗？
- (19) 你曾经接口别人未讲完的话吗？
- (20) 你相信一定会在生命的某一刻遇见一个最适合你的人吗？

测试结果：

“是”为1分，“否”为0分。

0分：你几乎没什么直觉。如果你慢慢培养自己的直觉，会发现直觉会带来不少方便。

1～9分：虽然你的直觉很强，不过往往不晓得如何有效地运用。不妨让直觉来为你做某些决定。你会发现，许多解决问题的方法通常出现在一念之间，其效果有时胜于苦思得来的。

10～20分：你是个有敏锐直觉的人。这种天赋并不是人人都有。

积极的思想有助事业兴旺

长久以来，大多数的人都是在前途迷茫、没有希望、怨天尤人的状态下工作的。可就在瞬间，在任何征兆都没有的情况下，某种思考涌进了我们的意识，构筑了我们的思想，进而改变了我们的一生。

某家小型企业遭受到经济不景气的冲击，业绩不振，已经到了要宣告破产的地步。经营者不但背负巨债，更有许多债权人威胁着要打官司。在这样走投无路、山穷水尽的境况下，破产只是早晚的事。

这个企业经营者整个人变得意志消沉，憔悴萎靡，每天上班对他来说已经成为一件痛苦的事。只要一进入公司，讨债的电话便蜂拥而至，刺痛他全身的每个部位。

有一天，他在下班搭乘电车的途中，读到了一本杂志，其中一则记载某位人士买下一家即将倒闭的公司并通过努力终于使这家公司起死回生的报道深深吸引了他。

“他能够改变破产倒闭的命运，为什么我就不能呢？我应该也可以做得到。”

这位经营者在心底燃起了创造性的火焰。他开始从“办得到”“干下去”的观点来重新考虑事物。他不再以萎靡不振的样子出现在公司，完全相反，第二天一大早，他急忙乘坐电车，一进公司便要求经理将所有债权人的电话整理出来。然后他开始打电话给每一位债权人：“能否请您再宽延一段时间？届时我会连本带利一并偿还……”他用一种从未有过的诚恳态度拜访对方。“你是不是接到一大笔订单呢？”其中一位大债权人试探着问他。“不是，但我得到了一个更重要的东西，那就是重新振作的勇气。”“嗯，听起来好像不错……好吧！我就尽可能地帮助你吧！”这位债权人也发自真心地鼓励他。凭着真诚自信，这位面临破产的经营者竟使得连准备告他的债权人也都转而协助他。负债的压力一消失，他便集中全部精力于公司的起死回生上。而且由于他重新充满了活力勇气，公司顺利地接下许多订单。不久，他公司账簿上的赤字逐渐消失，开始转亏为盈。

思想转变的威力由此可见一斑！

只有对人生持积极态度又敢于同世俗挑战的人，勇于压倒一切困难的人，敢于同命运抗争的人，才能永远在生活中抱乐观态度。如果你乐观，每天都有令你开心的事；如果你悲观，每天都有使你烦躁、苦闷、伤心、失意的事发生。有什么样的心理素质就有什么样的生活。一个成熟的人，一个热爱生活的人，一个充满爱心的人，一个对生活满怀信心和希望的人，就能把自己完美地融入社会群体之中，就能适应多种环境并获得成功。

成功者和失败者都有自己的“白日梦”。不过，失败者常常是虽祈望得到名声和荣誉，却从不真正为此做任何事情，只好在想入非非中度过一生。成功者则注重实效。当他们决心把自己的希望和抱负变成现实的时候，即使在重重摔倒以后，总是有理由坚强地站起来，他们从来没有被暂时的挫折击倒，而是勉励自己采取行动，向着目标奋勇攀登。

成功者总是年复一年地致力于某件事，以求得一条最合理的、最实际的前进之路。无论面对什么情况，成功者都显示出创业的勇气和坚持下去的毅力。

成功者共有的一个重要品质就是在失败和挫折面前，仍然充分相信自己的能力，而不是别人可能会说什么。考察一下一些知名人物的早年生活，就会发现他们中的一些人曾痛苦地遭到老师和同事的阻拦和泼冷水，而反对的焦点却恰恰是

1 墨菲定律：潜意识成就强大的自己

后来他们出类拔萃的方面。人们断言他绝对办不成想干的事，或者说他根本不具备必要的条件，但他们不听这一套坚定地按照自己的信念干下去。

好运的心灵力量

不论是先天的，还是后天的，只要我们能够意识到自我，我们会改变自己。

在这个世界上，每个人的性格千差万别，情感也是千姿百态，胆大或胆小，内向或外向，乐观或悲观，自信或自卑，它们并不单单取决于所谓的遗传基因，更多的在于后天的陶冶和磨炼。

根据心理学家的调查表明，至少75%以上的成年人都认为自己的一系列情感，如愤怒、兴奋、快乐、埋怨、恐惧都是自然形成的，是无法选择和控制的。于是，他们便听天由命，任由感情摆布。这正好说明大部分人的情感和性格是由外界的环境等因素所掌控的。事实上，我们不但能够磨炼自己的性格，也可以选择自己的情感，只要我们用远大的目光去认识和看待我们生存的这个世界，用顽强的毅力去改造我们周围的环境，用豁达的心境去认知和感悟我们的一切遭遇，我们就一定能够清除自己心理上的障碍和阴影。

生活中许多的烦心、哀愁和不如意常常都是“自寻烦恼”“庸人自扰”的结果。有些看起来复杂的事情其实根本不重要，只是我们对生活的理解不够豁达宽容，而使某个问题成了一条捆绑生命活力的锁链。

精神可以击垮厄运，情绪可以支配人生，只要我们选择和酿造豁达乐观、积极向上的情绪，我们就会在人生的旅途中走向快乐，走向成功。

当一个人能从心里对自己的生命充满感激时，他所散发出来的魅力能让世间所有的人感动。

有一个伟人曾说：“当鞋合脚时，脚便被忘却了。”太多的时候，我们的生命处于被遗忘的状态。太刻意于外在的东西，内在的宝贵便淡化了。事实上，在上天赐予我们生命的时候，也赋予了我们快乐的能力。人之所以痛苦的根源在于，人在心灵上的难以满足，人对生命有太多的不满和抱怨，唯独少了一份感谢，快乐也因此与他们无缘。

杰米·杜兰特是一位伟大的艺人，他曾被邀参加一场慰问第二次世界大战退伍军人的演讲，但他告诉邀请单位自己行程很紧，连几分钟也抽不出来，不过假如让他做一段独白，然后马上离开赶赴另一场演讲的话，他愿意参加，安排演讲的负责人欣然同意。

当杰米走到台上，有趣的事发生了。他做完了独白，并没有立刻离开，掌声愈来愈响，他没有离去。他连续演讲了15分钟、20分钟、30分钟，最后，终于鞠躬下台，后台的人拦住他问道：“我以为你只讲几分钟哩！怎么回事？”

杰米回答：“我本打算离开，但我可以让你明白我为何留下，你自己看看第一排的观众便会明白。”

第一排坐着两个士兵，两人均在战争中失去一只手。一个人失去左手，另一个则失去右手。他们正在一起鼓掌，而且拍得又开心，又响亮。

失去了手的士兵，身上体现了一种对自己的热爱以及对生命的珍惜。那么，如果我们还活着，如果我们还不是特别地穷困潦倒，如果我们还有健全的四肢，我们有什么理由抱怨命运呢？

人生快乐也是一辈子，痛苦也是一辈子，那我们为什么不让自己活得快乐、乐观一点儿呢？

每个人如果都知道乐观积极的态度可以使我们拥有幸福、希望、勇气和力量的话，就应该努力获取我们真正想要得到的东西。



墨菲定律告诉你：内心强大的人生启示

墨菲定律带给我们的启示：

1. 正面积极地理解墨菲定律，而不应将一切都归咎于自己的运气和宿命。
2. 当我们遭遇挫折和失败时，要做的是分析问题的原因，找出解决问题的方法，而不是怨天尤人。
3. 重视每一个细节，不放过任何小的过失。
4. 不忽视心理暗示的影响。
5. 将消极的、悲观的、失败的心理暗示剔除掉，替换为积极的、乐观的、成

1 墨菲定律：潜意识成就强大的自己

功的心理暗示。

6. 做好危机管理，防患于未然。
7. 做事时，如果感到越怕出错越出错，不妨先放下，先建立起自信心。
8. 提高自己对突发事件处理的能力。
9. 认识世界本是无常，掌控好自己的情绪和心态，随遇而安。

2 吸引力法则： 改变命运心想事成法则

【吸引力法则，指同样频率的东西会共振，同样性质的东西会互相吸引。我们的思想、情感、语言、行动结合在一起后，将会吸引与其本质相同的人、事、物。

吸引力法则说明这样一个道理：无论你的注意力和能量集中在哪个方面，也无论这种注意力或者能量是消极的还是积极的，你都在吸引着它们成为你生活的一部分——这便是如何心想事成的秘密：持续关注那些可以让自己成功的事物，并认为其是可以实现的，那些成功的事物便会成为你生命的一部分。吸引力法则的实质，简单来说，就是只要你相信什么，脑子里想象什么，事情就会往你所相信和所想象的方向发展。】

宇宙中最伟大的法则之一

人们常常有这种经验：有时正在谈论或者你刚刚想到一个人，这个人就出现了。于是，我们就感叹：真是“说曹操，曹操到”。再如，弗洛伊德引用的发生在他朋友布列尔身上的事情。话说布列尔与太太在一家餐厅吃饭。在交谈中，他忽然停下刚才的话头，说了一句无关的话：“不知道饶医师在匹兹堡干得如何？”他太太惊讶地说：“几秒钟前我也正在想同样的事哪！”为什么会这样呢？根据吸引力法则，人与人的大脑之间存在着一种脑电波之类的东西，互相有吸引力。甚至当你想到那人时，那人的脑电波接收到后，便会不请自到。

我们生活在一个以吸引力为基础的宇宙中。这个宇宙中的每件东西都和吸引力有关。不管你是否相信它或是否理解吸引力法则，它永远都是在客观地起作用的。不论什么时候，不论对什么人，都是如此。

生活中所发生的所有事情，都是我们自己吸引来的，是我们头脑中所想象的图像吸引来的。那些事情都是我们的思想导致的。不管我们头脑中想什么，我们都会把它们吸引过来。作为一个人，我们要做的事情是，持续地思考我们想要的东西，搞明白自己到底想要什么，从这一点起，我们就可以开始运用宇宙中最伟大的法则之一，即吸引力法则了。

假设你躺在床上，想着如山一般的债务，并感到心情很糟糕时，你就会把这些信号发射到宇宙中。“唉！我这么多的债务，真是烦透了！”注意，如果你这样想象自己的处境，只能是不断地向你自己强调这种糟糕的状况，这种感觉将充盈你的整个身心，最终你会发现更多的烦恼发生在你身上了。这一情形便是吸引力法则发挥作用的结果。

这启示我们，当看到不想要的东西，并在思想中排斥它时，我们并没有把它推开。相反，我们激活了一个关于自己不想要的东西的思想，而吸引力法则就会把这个我们不喜欢的东西吸引到身边来。当看到想要的东西，并从心底里接受它，我们就激活了一个思想，吸引力法则就会响应我们的这个思想。总之，不管你是回忆过去，或思考现实，或憧憬未来，你都是在激活一种思想，而那个宇宙中最

具威力的吸引力法则，就会响应你的思想。

你想鹤立鸡群吗？你想一飞冲天吗？当然想！那就对未来保持积极的态度吧！这样你才会把那些积极的人、正面的事情和好的环境吸引到身边来，从而为你的成功铺路。就算是遭遇困厄，也不要对未来感到消极、恼怒，否则，就会把那些消极的、爱生气的人和消极的、恼怒的环境吸引到身边来，最终收获一个如阴霾天气般的结局。

心想事成的秘密

现代量子力学表明，世上的万事万物都是由能量组合而成的，而能量就是一种振动频率，每样东西都有它不同的振动频率，所以才出现了那么多不同事物的面貌，无论是像板凳、沙发等有形的物体，还是思想、情绪等无形的东西，都是由不同振动频率的能量组成的。振动频率相同的事物，会互相吸引并诱发共鸣。举个例子，一排音叉，当你击打其中一个，音叉发出清脆的乐声，不一会儿，其他的音叉也会发出乐声，它们的声音会互相应和，发生共鸣，甚至越来越大声。

事实上，“同频共振，同质相吸”正是吸引力法则的精髓。因为一切的本质都是振动，所以一定有着自己的频率，同样频率的东西会共振，形成和鸣。和鸣的部分形成同质性，而同质的东西会因为互相吸引而走在了一起。所谓“物以类聚，人以群分”，讲的其实就是吸引力法则所产生的自然现象。

我们身处宇宙之中，是有脑电波的。我们的意念和思想也是有能量和频率的，而且每种思想都有一个频率。它们的振动会影响其他的东西。如果你反复思考一个想法，或经常在脑海中想象它，比如，想象已经拥有某个职位，或已经拥有所需要的财富，或正在创业，或找到了值得托付一生的爱人……只要你在脑海中想象它们的样子，你就会持续地发射相应的频率。思想不断地发射这种带有磁性的信号，这个信号就会把相似的东西吸引回来。

曾有一个著名电影制片人的艺术导演，在他家的每个角落，都摆放着美丽女人的画像，一个身穿轻纱的裸女，做着抗拒的姿势，好像在说：“我不想看你，我看不到你。”一次，他一位朋友来到他家，朋友对他说：“我想你在爱情方面

2 吸引力法则：改变命运心想事成法则

有些问题。”“难道你是透视眼的通灵人？”“我不是，但你看，你在各处都有这个女人的画像。”“但我喜欢这样的画像，这是我自己画的。”朋友告诉他：“若是如此，那更糟糕，因为你投入了自己的想象力和创造力。”

这是一个外表英俊的男人，他的身边总是有很多女演员。因为他就是干这个工作的，但他没有爱情生活。朋友对他说：“你想要什么？”“嗯，我想一星期跟三个女人约会。”“那好，你就画一个你自己和三个女人的画像并且每个角落都要挂上这幅画。”六个月后，朋友再一次遇到他，问他：“你的爱情生活怎样了呢？”“太棒了！她们主动打了电话和我约会。”“因为这就是你的愿望呀。”“我现在每星期大约有三个约会，她们还为我争风吃醋。”“真有你的！”“但我想稳定下来，我想结婚，也想要浪漫。”“好，那你就画出来。”于是他画了一个代表美丽浪漫关系的画。一年以后，他结婚了，而且生活得非常幸福快乐。

这位艺术导演为什么在爱情和婚姻的道路上心想事成？因为他发出了另一个愿望，他有这个愿望已经好几年了。但他的愿望并没有实现，因为他的外在层面即他房子里的画一直都和他的愿望背道而驰。因此，如果你知道这个道理，你就可以开始利用它。记住，你生活中的所有事物都是你“吸引”过来的。所以，你将会拥有你心里想得最多的事物，你的生活，也将变成你心里最经常想象的样子。这就是吸引力法则！

吸引自己想要的东西

几乎所有伟人在他成名之前都相信自己将会影响这个世界，至少是他所在的世界。他相信自己在生命舞台上演绎的是主角而不是配角的戏份。或许对于周围的人而言，他的这种想法过于疯狂，以至于人们都认为他是异想天开。但是，事实证明，当你坚持一个想法进入到近乎疯狂的状态时，成功往往就会降临到你头上。只有相信你的意识，你才会吸引成功所需的条件。那些一直鼠目寸光、斤斤计较得失的人，是难以做出影响世界之举的。事实上，这也是吸引力发挥作用的表现。

1932年经济大萧条期间，一个年轻人从某大学毕业，获得了社会科学的学位。

关于自己未来的生活，他没有得到任何的指导，也没有什么自己的想法。他的困境总结起来只有一条，那就是，那个年头的工作岗位极度稀缺。年轻人开始等待，希望有什么好运会降临到自己头上。同时，为了挣钱养活自己，他整个夏天都在一家当地的游泳池干着救生员的工作。

一位经常带孩子来游泳的父亲对年轻人十分友好，并对他的未来产生了兴趣。他鼓励年轻人仔细分析一下自己，看看究竟最想做什么。年轻人听从了他的建议，在随后的几天中，他开始检讨自己。最后，他发现自己还是最想成为一名电台播音员。

年轻人告诉了这位长者他的志向，这位长者鼓励他采取必要的行动，使梦想成真。随后，他走遍了伊利诺斯州和爱荷华州，努力使自己进入广播行业。终于，他在爱荷华州的达文波特市停住了流浪的脚步，成为了一家电台的体育播音员。

“终于找到了工作，这多美好呀，”后来这个年轻人坦率地说道，“不过，更有意义的是，我知道了应该去行动这个道理。”

这个年轻人叫罗纳德·里根，后来他成为了美国第四十任总统。

成功人士总是有意无意地运用吸引力法则吸引自己想要的东西。如果每个人都能清楚地知道自己想要得到什么，再加上行动和努力，并坚持到最后，其所思所想的就会变成现实。

“吸引力法则”被西方人称之为惊天秘密，而且声称：过去知道这个秘密的，竟然都是历史上的伟大人物：柏拉图、莎士比亚、牛顿、雨果、贝多芬、林肯、埃默森、爱迪生、爱因斯坦。了解这个秘密，就没有做不到的事。再次强调指出，不论你是谁，你想要什么，只要知晓这个秘密你就能实现梦想！

向宇宙下订单

根据吸引力法则，不管我们发出的是喜悦的高频波，还是忧虑的低频波，反正我们发出什么样的波，当下就会把什么样的波吸引回来。我们是振波的源泉。也就是说，我们是活磁铁，是缘起。当下的一切，都是我们创造出来的，无论你喜欢不喜欢。人固然是血肉之躯，但最重要的是，我们也是能量——人，就是磁力

2 吸引力法则：改变命运心想事成法则

的源头！

你也许自认为是才高八斗的大文豪、或是家庭主妇、或是所在行业的领头人、或是机舱中的驾驶员，但其实你竟是个活磁铁！这话听起来很颠覆，不过是到了该觉醒、认真面对事实的时候了：你我都是在世界上漫游的活磁铁，而且我们拥有巨大的力量，只要向宇宙下订单，便能把我们想要的东西，吸引到自己的生命中来。这种情形就像自然界中的磁铁一样，能够把其四周的“铁粉”吸引到自己的地盘上来。

可能有人会问：“既然结果如此奇妙，那么，我该采取什么样的特殊方式向宇宙下订单呢？”你不需要使用什么特别的呼吸法，或是搞得出神恍惚，来设定你的潜意识；也不需要进入催眠状态，或是身着奇装异服，或是倒立着念出你的订单。只要好好地控制源自我们思想中的感觉，倾听内心的声音，然后像孩子般天真可爱地说出愿望就行了。

需要再次强调指出的是：无论是你的潜意识或宇宙都无法理解下列的表达方式：“我不想要这个跟那个”或“希望这个跟那个不要发生”。“不想要”“不是”之类的字眼会被大脑删掉，而你脑中留下的图像则会开始成真。

举个例子来说：你安静地坐在椅子上，告诉自己十分钟内不要想到维尼熊，在这段时间里尽可能不要想到维尼熊。结果，你会发现，你不希望想到的东西，仍然会在眼前形成一幅图像，这样一来，多少会妨碍到你真正的愿望。

如果你想改变现状，不妨遵循下面四个步骤，保证没错，百分之百保证——你可以随心所欲地创造自己想要的生活。这四个步骤之所以畅行无阻，是因为它们是宇宙通行的法则，是万事万物创造的基本原则。如果你愿意的话，现在就可以试一试：

- (1) 找出你生命中不想要的事物。
- (2) 从你不想要的事物中，探求出你真正想要的事物。
- (3) 去体会那种愿望成真的境界。
- (4) 期待，聆听，让结果自然发生。

在你步入这个前所未有的过程之后，你会发觉生命中的每一个面向似乎都开始好转。焦躁、忧虑、猜疑和恐惧不再像影子般与你相随，这些烦人的情绪，变成数个星期也碰不到一次的偶发事件，而且你每天都可以亲身体会这一变化。比

如，你的健康有了好转，银行储蓄渐渐增多，情场也春风得意，手头的工作如顺风行船……生活的每一天都充满了喜悦。这是真的，你可以感受这一切在你眼前成形。然后，你会感悟到：原来在你的车上，唯一掌握方向盘的人就是你自己。

值得一提的是，当你愿望成真后要有赞叹，这样你会更信任自己下订单的技巧。如果你不太确定这是否只是巧合，也要赞叹巧合至少是发生在你的订单上。有些特别聪明的人下订单的时候会这样想：“如果我下订单的话，它确实有可能只是出于纯粹巧合而实现……但也还真巧啊！”不管用怎样的方式，重要的是愿望成真！



吸引力法则告诉你：“心想事成”的启示

吸引力法则带给我们的启示：

1. 当我们聚焦在一样东西（某种想法，某个人，某件事，某项物），我们的心灵就会与之产生共振。
2. 如果你聚焦在你想要的财富、健康、爱情，你会得到；如果你聚焦在你所不要的贫困、疾病、孤单，你也会得到！
3. 绝大部分的人所要的得不到，不要的却恰恰得到了，正是因为他们聚焦在自己不要的，多过聚焦在自己想要的。
4. 吸引力法则不会因为你的不了解、不认同而转移。
5. 当你有意识地选择你所想的，吸引力法则会帮助你心想事成。
6. 吸引力法则就像一位魔法师，让你得到你所要的，而避开一切你所不要的。

3

巴纳姆定律： 真正地认识自己

【一位名叫肖曼·巴纳姆的著名杂技师在评价自己的表演时说，他之所以很受欢迎是因为节目中包含了每个人都喜欢的成分，所以他使得“每一分钟都有人上当受骗”。人们常常认为一种笼统的、一般性的人格描述十分准确地揭示了自己的特点，心理学上将这种倾向称为巴纳姆定律。

巴纳姆定律说明，人们常犯的一个错误是，很容易相信一个笼统的、一般性的人格描述特别适合自己。即使这种描述十分空洞，他仍然认为这反映了自己的人格面貌。】

“不自知”是一种危险

有一只乌鸦，看到老鹰总是能抓到羊吃，而自己也和它一样长着翅膀、尖嘴和爪子，于是它就想自己肯定也能抓到羊来吃。可是，当它扑向羊的时候，不但没有抓到羊，还被羊角给扎死了。

不难看出，这只乌鸦犯的就是不自知的错，它并没有清楚地认识到自己和鹰的差别，只是想当然地认为鹰能做到的它也能做到，结果白白地送掉了性命。

与之类似，人若不自知，同样会非常危险。

春秋时期，有一段时间越国政治混乱，兵力疲弱。作为“五霸”之一的楚庄王认为，这正是攻打越国的好机会，于是就要出兵讨伐越国。这时，有一个名叫杜子的人前来劝阻。他问楚庄王：“大王要攻打越国，为的是什么？”楚庄王答：“因为越国现在政治混乱，兵力疲弱！”杜子听后，意味深长地说道：“一个人的智慧就好比人的眼睛，能够看清楚很远的地方，却始终无法看见自己的眼睫毛。大王的军队自从被秦国打败，已经丧失了许多的国土，这是国家的兵力疲弱；有人在国内造反，官吏却无法制止，这是政治混乱。目前，楚国兵弱政乱的情况与越国不相上下，而您还要出兵攻打它，难道您就看不到自己的不足吗？”听了这一席话后，楚庄王立即取消了攻打越国的计划。

有很多人都像楚庄王一样，只看到别人的不足，却看不到自己的缺点。这样是很危险的，不自知的人很可能在战争中送命，在生活工作中失败。所以，无论何时，我们都要谨记中国的那句古训：人贵有自知之明。

这也正是巴纳姆定律所要告诉我们的做人精髓。若做不到自知这一点，哪怕身居显赫、大权在握，都是一种危险。

不得不承认，人类的智慧可以认识世间的万事万物，却偏偏难以认识自己。因为不认识自己，所以自命不凡；因为不认识自己，所以性情狂妄；因为不认识自己，所以才会逃避；也正因为不认识自己，才会在自己的强项上重重地摔伤。

一个人越了解自己，就越有力量

认识自己，心理学上叫自我知觉。认识自己是非常重要的，像老子说的：“知己者强。”一个人越了解自己，就越有力量，因为他知道怎样扬长避短，以及怎样最好地发挥出自己的潜力。

但是认识自己是很难的。在日常生活中，人既不可能每时每刻都去反省自己，也不可能总把自己放在局外人的位置来观察自己。正因为如此，个人便需要借助外界信息来认识自己。但由于外部世界的复杂多变，个人在认识自我时很容易受到外界信息的暗示，而不能正确地认知自己。

看下面的这个小故事：

从前，有个里长押送一个犯罪的和尚到边疆去服役。这个里长有点糊涂，记性也不大好，所以每天早晨他上路之前，都要先把所有重要的东西全部清点一遍。他先摸摸包袱，告诉自己：“包袱在。”又摸摸押解和尚的官府文书，告诉自己：“文书在。”然后他走过去摸摸和尚的光头和系在和尚身上的绳子，又说道：“和尚在。”最后摸摸自己的脑袋说：“我也在。”

里长跟和尚在路上走了好几天了，每天早晨都这样清点一遍。有一天，狡猾的和尚想出了一个逃跑的好办法。

晚上，他们在一家客栈里住了下来。吃晚饭的时候，和尚一个劲地给里长劝酒，把他灌醉，躺在床上睡着了。和尚去找了一把剃刀，把里长的头发剃光了，又解下自己身上的绳子系在里长身上，就逃跑了。

第二天早晨，里长醒了，开始例行公事地清点。他摸摸包袱：“包袱在。”又摸摸文书：“文书在。”“和尚……噢，和尚呢？”里长大惊失色，但他忽然看见镜子里自己的光头，再摸摸身上系的绳子，就高兴了：“噢，和尚还在。”可是忽然又恐慌起来：“那么我哪儿去了呢？”

这是个笑话，用来比喻人们有时候对自己不能有清醒的认识。

那么人怎样才能真正地认识自己呢？这就需要人能经常反省自己，不受外界环境的左右。曾子说：“吾日三省吾身。”就是靠经常性的自我反省和思考，来了解自己的本性及其变化。别人的意见不是不能听，恰恰有时旁观者清，当局者迷，

但是在听完别人的意见后，一定要进行自己的分析，也就是说，你永远不能把自己的脑子交给别人，永远要保持自己的清醒的独立的头脑。

“人非圣贤，孰能无过。”人的一生中不可能不犯错误，有人躲避，有人忌讳，有人强辩，有人认真反省。从面对错误的态度中，就可以看出一个人的个人素养。

俗话说：“知人难，知己更难”。人的眼睛能看清楚远处的东西，却看不见近处的睫毛。要正确地认识自己很不容易。因为自己看自己，难免带有主观的成分、感情的色彩。老子曰：知人者智，自知者明。只知彼，不知己，虽称得上是智者，但还算不得是明白人。领导者不但要尽可能了解他人，更应该充分地了解自己，清醒地认识自己。要做到具有自知之明和善于自处，就必须乐于自省，严于解剖自己。“省”是察看、检查的意思。自省即是自身的反省，这既是自身修养完善的手段，也是通过修养而达到的一种习惯美德。养成善于自省、勤于自察的习惯可以从以下三方面进行。

1. 对自己的思想活动、言行表现等进行反省

冷静地分析自己的对错得失，明确努力的方向。很多成功的人士都有这样一些习惯，即每天下班后、就寝前“过过电影”，坚持写日记、周记等。

2. 与别人相比较对照检查自己。

孔子曰，“见贤思齐焉，见不贤而内自省也”，就是这个意思。人都是在一定的社会关系中生活的，只有把自己与其他的社会成员进行比较，才能确定自己的社会位置以及长处和短处，而不是局限在自己的小圈子里，成为不知天高地厚的“井底之蛙”。

3. 从自己的工作对象即周围人和事的反映中来反思自己。

心理学家柯里说：“人与人之间可以互相作为参照物，每个人都有在对方眼里的形象。”别人对自己的态度、评价等都是自我认识的参照点，有心人在群众中随时会捕捉到自己的不足，从而警醒。

找到适合自己的坐标

这个世界上万物都有其归属——不论是美的还是丑的，高的还是低的。每一

3 巴纳姆定律：真正地认识自己

对恋人无论因为什么原因而分开，都只是说明你们不适合一起。在冥冥之中，那个适合你的一直在等你，历经沧桑之后，你和她终于相遇，之后牵着彼此的手一直走下去。世界上不是看着好就真的好，适合的才是最好的，就像猫吃鱼、狗吃肉、奥特曼打小怪兽，各有所属。

有两只老虎，一只在笼子里，一只在野地里。在笼子里的老虎三餐无忧，在野地里的老虎自由自在。两只老虎经常进行交谈。笼子里的老虎总是羡慕外面老虎的自由，外面的老虎却羡慕笼子里的老虎的安逸。一日，一只老虎对另一只老虎说：“咱们换一换。”另一只老虎同意了。

于是，笼子里的老虎走进了大自然，野地里的老虎走进了笼子。从笼子里走出来的老虎高高兴兴，在旷野里拼命地奔跑；走进笼子的老虎也十分快乐，它再不用为食物而发愁。

不久，两只老虎都死了，一只是饥饿而死，一只是忧郁而死。从笼子中走出的老虎获得了自由，却没有同时获得捕食的本领；走进笼子的老虎获得了安逸，却没有获得在狭小空间生活的心境。

许多时候，人们往往对自己的幸福熟视无睹，却觉得别人的幸福很耀眼。他们想不到，别人的幸福也许对自己不适合；更想不到，别人的幸福也许正是自己的坟墓。

这个世界多姿多彩，每个人都有属于自己的位置，有自己的生活方式，有自己的幸福，何必去羡慕别人？安心享受自己的生活、享受自己的幸福，才是快乐之道。

你不可能什么都得到，你也不可能什么都去做，所以你还要学会放弃，放弃不切实际的想法，放弃愚蠢的行为。只有学会放弃，学会知足，才能更好地把握快乐、享受幸福。

静谧的非洲大草原上，夕阳西下。一头狮子在沉思——明天当太阳升起时，我要奔跑，以追上跑得最快的羚羊；此时，一只羚羊也在沉思——明天当太阳升起时，我要奔跑，以逃脱跑得最快的狮子。当太阳升起时，狮子发现了羚羊，但追了半天也没追上。别的动物笑话狮子，狮子说：“我跑是为了一顿大餐，而羚羊跑却是为了一条命，它当然跑得更快了。”

是的，无论你是狮子还是羚羊，当太阳升起的时候，你要做的就是奔跑，不

管是为大餐，还是为生命。每个人的目的都不相同，重要的是选择适合自己的方向。

也许你奔跑了一生，也没有到达目的地；也许你攀登了一生，也没有登上峰顶。但是抵达终点的不一定是勇士，失败的也未必不是英雄。人生之路，无须苛求，只要你找到适合自己的坐标，路就会在你脚下延伸，就能充分发挥你的智慧。一个出色的打牌者，他拥有的牌并非总是最好的，但他能将自己手中现有的资源用到合理的地方。小牌有小牌的作用，大牌有大牌的功能，不是说最大的就最好，合适的才是最好的。

生活中，有人会觉得别人做的事情非常好，就不考虑自身的条件而去跟着别人做同样的事情，却屡屡失败。比如：看着在娱乐圈大红大紫的明星们，他们受众人瞩目，假如你只是觉得这样的生活令你艳羡，就去模仿，那真的很可能耽误了你。要知道，在明星令人艳羡的光环下，是他们付出的远超出常人的努力。刘德华被誉为“不老的情人”，但是他的努力也是有目共睹的，他是一个将生命献给舞台的人。他聪明、勤奋、坚毅，在他所有的长处中，他更适合做演员，更适合于舞台，所以他选择了，努力了，成功了。并不是所有人只要付出努力，有了目标就可以取得胜利的，首先要找准自己的坐标，如果找不准自己的坐标，那么很可能就只是做无用功。



巴纳姆定律告诉你：认识自我的3大途径

认识自我的渠道主要有3种。

1. 从“我”与他人的关系中认识自己

与他人的交往，是个人获得自我认识的重要来源，他人是反映自我的镜子。聪明而善于思考的人能从这些关系中用心向别人学习，获得足够的经验，然后按照自己的需要去规划自己的前途。

在与他人的关系中认识自己要注意一些问题：跟别人比较的是我们做事的条件，还是我们做事的结果？跟他人比较的标准是可变的还是不可变的？和什么样的人相比较？是与自己条件相类似的人，还是个人心目中的偶像抑或那些取得巨大成功的社会名人甚至不如自己的人？所以，确立合理的比较对象对自我的认识

3 巴纳姆定律：真正地认识自己

尤为重要。

2. 从“我”与事的关系中认识自我

即从做事的经验中了解自己。通过自己所做过的事，所取得的成果，所犯过的错误看到自己身上的优缺点。

3. 从“我”与自己的关系中认识自我

从“我”与自己的关系中认识自我看似容易，其实做到这一点是非常困难的。我们可以从以下几个角度去试着认识自己。

——自己眼中的我，即个人眼中观察到的客观的我，包括身体、容貌、性别、年龄、职业、性格、气质、能力等；

别人眼中的我，即在与别人交往时，从别人对你的态度、情感反应而感觉到的我。不同关系的人，不同类型的人对自己的反应和评价是不同的，它是个人从多数人对自我的反应中归纳出的认识；

自己心中的我，也指自己对自己的期待，即理想中的我。

以上对三个“我”的比较分析，可以帮助我们来全面认识自己，完善自己。

4 瓦拉赫定律： 把力量放在你的强项上

【奥托·瓦拉赫在上学时，父母为他选了文学之路，可一学期下来，老师给他的评语竟为：“瓦拉赫很用功，但过分拘泥，不可能在文学上有所成就。”无奈，他又改学油画，但这次得到的评语更令人难以接受：“你是绘画艺术方面的不可造就之才。”面对如此“笨拙”的学生，大多数老师认为他已成才无望，只有化学老师觉得他做事一丝不苟，是做好化学实验应有的品格，建议他学化学。谁料，瓦拉赫的智慧火花一下子被点燃了，并最终成了诺贝尔化学奖的得主。这就是人们广为传颂的“瓦拉赫效应”。

瓦拉赫定律，指人的智能发展都是不均衡的，都有智能的强点和弱点，人一旦找到自己的智能最佳点，使智能潜力得到充分的发挥，便可取得惊人的成绩。】

成功的诀窍在于经营自己的强项

比尔·盖茨，这位赫赫有名的世界级成功典范，令无数的人仰慕不已。他的成功，与他把握住未来的大趋势，尤其是懂得经营自己的强项密不可分。

事实上，盖茨一开始就与伙伴保罗·艾伦看出了个人电脑将改变整个世界的趋势，他们两个人经常通宵达旦地探讨个人电脑世界将会是什么样子，对这场革命的到来深信不疑。对于初出茅庐的微软来说，“它将到来”是他们的坚定信念，而他们为这将要到来的计算机时代开发软件。没想到他们的公司能迅速上升到世界舞台的前列，并发挥着超凡的作用。当时他们至少窥见 IBM 或数字设备公司这样的主板生产公司已陷入他们自身无法意识到的困境了。“我记得从一开始我们就纳闷，像数字设备公司这样的微机生产商生产出的机器功能强大但价格低廉，那么他们的发展前景在哪里呢？”“IBM 的前景又在哪里呢？在我们看来，他们好像把一切都弄糟了，而且他们的未来也将是一团糟。我们对上帝说，天啊，这些人怎么能不警觉呢？他们怎么能不震惊害怕呢？”

盖茨的技术知识是微软所向披靡的成功秘诀中最重要的一条，而这也正是他的核心强项，他始终保持着对这一领域的决定权。在许多时候，他比他的对手更清楚地看到了未来科技的走势。

微软公司的同事们都盛赞盖茨的技术知识让他独具优势。他总是能提出正确的问题。他对程序的复杂细节几乎了如指掌。“你会纳闷，他怎么知道的呢？”布莱德·斯利夫伯格，这位参加了视窗开发设计的人这么说过。

和盖茨个人的以强项打天下的套路几乎如出一辙，微软公司把开发新产品作为全部事业的中心，不断根据市场需求推陈出新，发挥自身优势，力求变弱为强，深谋远虑，未雨绸缪，牢牢把握住了世界信息产业市场的未来。

微软与任何公司一样，实际上类似于一个动态的人体系统。它之所以能够有效运行，是因为微软人将竞争所需的各种技术能力和市场知识结合了起来，并且付诸运用。产品开发是微软所有事业的中心，公司的存亡和盛衰关键在于新产品。

例如，在 20 世纪 90 年代，如果微软没能推出 Word 和 Excel 新版本，并把它

们结合进 office 套装软件的话，它的收益一定会下滑。这些产品现在占收益和利润的一半左右。仅仅为了维持它在操作系统上的销售额，微软就必须从 MS-DOS 迈进到 Windows，现在它已经成功地开发了 WindowsNT 的两个版本，并有初步迹象显示新产品 Windows95 将在商业上获得巨大成功。微软还必须源源不断地增添有用功能来说服其成百万的现有顾客购买产品的新版本，虽然旧版本对于绝大多数人已经够用。为了保持市场份额在未来持续增长，微软计划创建种类繁多的、结合先进的多媒体及网络通信技术的消费性产品。显然，微软面临的一个关键问题是公司是否能够继续增进其开发能力，并且建立更大、更复杂的软件产品和以软件为基础的信息服务。就像我们已经指出过的那样，微软还必须极大地简化这些中间产品，从而将它们成功地推销给世界上数十亿的新兴家庭消费者。

不言而喻，微软公司今日的成功，很大程度上得益于盖茨准确的市场定位和产品的推陈出新，人们公认微软公司的成功是由于“不停地创新”，而盖茨对未来形势精确的分析和其独有的战略眼光，以及对自己强项的经营程度，不仅为微软公司的员工，也为其对手所称道。

这一切，也正是瓦拉赫效应的典型体现，幸运之神就是那样垂青于忠于自己长处的人。

尽所能发挥优势，而非勉强弥补短处

有位园丁发现所有的花草树木都凋谢了，园中毫无生气。

他非常诧异，就问花园门口的一棵橡树：你们中间究竟出了什么事？

后来他得知，橡树因为自怨没有松树那样高大挺拔，所以就生出厌世之心，不想活了；松树恨自己不能像葡萄藤那样结果子而沮丧；葡萄藤也很伤心，因为它终日匍匐在地，不能直立，又不能像桃树那样绽开美丽的花朵；牵牛花也苦恼着，因为它自叹没有紫丁香那样芬芳……其余的树木也都有垂头丧气的理由，都埋怨自己不如别人。

这时，只有一棵小草长得青葱可爱。于是园丁问它：你为什么没有沮丧？

小草回答：我没有一丝灰心，一毫失望。我在此园中虽然算不上重要，但是

4 瓦拉赫定律：把力量放在你的强项上

我知道你需要一株橡树、一棵松树，或者葡萄藤、桃树，或者牵牛花、紫丁香，你才去栽种它们；我知道你也需要我这棵小小的草，我就心满意足地去吸收阳光、雨露，使自己天天成长。

世界上没有十全十美的事物，作为万物之灵的人类，也同样如此。成绩不够好的人，也许卡拉 OK 唱得很棒；不够聪明的人，也许心地善良；你也许数学不好，可是能写出很好的文章；你貌不出众，可你人缘很好……只要仔细观察身边的人，就会发现，再优秀的人，也会有他的缺点和瑕疵；再差的人，也会有他的优点和独特之处。而智者总会发现自身的长处，并尽自己最大的力量将优势得到最大限度的发挥。在世界最伟大的英雄和功臣中，有许多人出身贫寒，他们坚持不懈地与命运作斗争，积聚并发挥着自己的才能，最终达到成功。

每一个人，无论他出身贫贱还是高贵，如果他有一个坚定正确的目标，稳步前进，那么无论是人还是魔鬼，都不能阻止他的发展。

中国台湾皮毛大亨虞文先生，生于一个数学之家，父母都是数学界的知名学者。当然父母更希望他们的孩子将来也成为数学泰斗。于是夫妇俩从小便向虞文先生灌输各种数学知识，但不知为什么，小虞文无论如何也对数学提不起兴趣，却对经商表示了极大的关注。他在夜里偷偷地学习有关商业及商业管理方面的知识，后来几乎到了如饥似渴的地步。

由于无法违背固执的父母的意愿，成年后，他不得不到父亲所在的学校里教数学。他知道，数学绝不是他所长。他时刻在争取机会去商场搏斗，他相信，他的知识，足以使他在商界成名。

终于，他们的父母放弃了对他的要求，同时也不向他提供任何帮助。

若干年后，积累了丰富商业知识的虞文终于在商场上拼出了自己的一块地盘，成为首屈一指的皮毛大亨。

这个故事说明了一个人要想成功，就必须做自己最擅长的事。

认识到自身的长处是大智慧

世间有数不尽的由于选择了适合发挥自己长处的职业，并由此青云直上成为

成功者的风云人物。

“但是，我还是能干一些事情的。”彼得向老板恳求道，因为老板要解雇他。

“作为一个推销员，你根本不够格。”他的老板这样认为。

“我相信我能成为一个有用的人。”他争辩说。

“你怎么成为一个有用的人？”老板开始嘲笑彼得。

“您别把我赶走，请让我试一试其他的工作。”

“我知道你什么也干不好，用你本来就是我的错。”老板挖苦地说。

“无论如何，我都是有些用处的。”彼得坚持认为。

终于，他的恳求被同意了，他暂时到会计那里帮工。在那里，他在会计方面的天赋很快就有了用武之地。

几年以后，他不仅成了一家大百货商店的负责人，而且还成了个出色的会计师。

人生的最佳选择就是能够找准自己人生的位置，即定位准确。很多人浪费机遇，做出了错误的选择，所以一事无成。这是教训。

一个人如果想使自己的人生成功，那么你的才华必须找到准确的人生表演舞台，才能得到充分的展示。

如果一个人选位不当，用他的短处而不是长处来工作的话，他就会在永久的卑微和失意中沉沦。反之，如果选择用自己的长处来工作的话，则会发挥无限潜能而成功。

如果你只有一条腿，就完全没有必要勉强自己去做一个长跑运动员。

如果你的容貌确实够不上美艳绝伦，就不必非得要去参加什么选美大赛。在这种情形之下，如果一个人在某些方面确实存在自身不可抗拒的缺陷，就完全没有必要较劲，非要在这方面和别人争高低。

在选择人生的道路时，不要考虑怎样赚钱最多、怎样最能成名，你应该选择最能使你发挥才华的地方，也就是选对人生的位置。

补偿作用：失之东隅，收之桑榆

有些人觉得自己的身体素质欠佳，不能在运动场上骁勇称霸，于是学习上拼

4 瓦拉赫定律：把力量放在你的强项上

命用功，在考场上摘得桂冠，有的人功课不好，便在社交场所大出风头；父母工作忙碌，陪孩子的时间较少，于是在物质方面尽量满足孩子，吃穿都给予最好的。所谓失之东隅收之桑榆，这就是补偿作用。

补偿作用是指，个体企图用种种方法来弥补其因生理或心理缺陷而产生的不适感，从而减轻其不适感的一种心理防卫术。这种引起心理上产生不适感的缺陷，可能是事实，也可能仅仅是因想象而存在的，补偿作用使用得当，对维护自身形象及心理健康极为有利，运用不当或过度，则会产生负效应。

阿尔弗雷德·阿德勒于1870年出生于奥地利维也纳近郊的一个富裕的粮食商家庭，不过，在阿德勒的记忆中，家境的富裕似乎并没有给他的童年带来多少快乐的感觉。他在弟兄中排行第二，从小驼背，行动不便，这使他在蹦跳活跃的哥哥面前总是自惭形秽，老觉得自己又小又丑，样样不如别人。

5岁那年，一场大病几乎使他丢掉小命，痊愈以后，他便决心要当一名医生，在后来的回忆中，他曾说自己的生活目标就是要克服儿童时期对死亡的恐惧。进学校读书以后，开始他的成绩很差，以至老师觉得他明显不具备从事其他工作的能力，因而向他的父母建议及早训练他做个鞋匠才是明智之举。

1895年，阿德勒在维也纳大学获得医学学位。在从事了一段时间眼科、内科工作之后，他成为了一名精神病学医生。1907年，阿德勒发表了一篇论述由身体缺陷引起的自卑感及其补偿的论文并获得了很高的声誉。

这个从小矮小丑陋有着缺陷的孩子，在自己的不断努力下追求着卓越，最终成长为心理学史上的一位巨人。

阿德勒的理论即“个别心理学”，其中一个重要的结论就是“补偿作用”：当个人产生自卑感后，为了恢复内心的平衡，会设法弥补自己的弱点。

所以，补偿作用就是发挥一个人的最大优势，激发其自信心，抵消其弱点。无数事实说明，补偿措施能给自卑意识强烈的人提供成功的精神力量。成千上万个自卑感强的人通过补偿途径获得了自尊、自信、自爱。

心理学家曾对400位有成就的人进行了研究，他们惊奇地发现，这些人在童年时都有共同之处：家境贫寒，父母离异，身体残疾。其中85位小说家和剧作家中，74位的父母有精神或情绪方面的问题。400人中，双目失明、耳聋、体弱多病、发育不良、相貌丑陋、语言表达困难者竟占1/4。补偿其缺陷和不足的需要，是

这些人奋发图强的主要因素，甚至是他们获得成功的决定性因素。

让员工充分发挥其特长

瓦拉赫定律同样适用于管理领域。

管理的任务简单地讲，就是找到合适的人，摆在合适的地方做一件事，然后鼓励他们用自己的创意完成手上的工作。管理者要想说服下属，让他们依照你的意思行事，就必须摸清下属的性格，对不同的人采用不同的方法，既不能千篇一律，也不能“牛不吃草强按头”。摸透下属的秉性，必须对下属有全面、细致的了解，对下属的情况知道得越多，越能理解他们的观点和存在的问题。

作为管理者，应该尽一切力量去认识和理解一个人的全部情况。下属们的工作效率不仅会受工作态度、习惯的影响。个人的情绪也容易影响到其他下属的士气和工作效率。身为领导不能忽视下属的性格问题，只有了解了他们的性格，才能采取正确的对策，以理服人。

三国时期，诸葛亮作为领导，对下属的性格可谓了解得极其透彻，他能针对不同的下属而采取不同的对策，所以能让所有的下属都心服口服。关羽自傲自大，诸葛亮在华容道之战前，利用他的自大、自傲，使其立下军令状。其后，关羽果然如诸葛亮所料，放走了曹操。他也从此对军师诸葛亮更加信服。

而张飞，性格鲁莽、脾气暴躁。诸葛亮对这一莽汉则采取激将的办法，往往激得张飞不惜生命南征北战，从而取得胜利。事后，张飞对诸葛亮也是心服口服。孟获有少数民族的特点，他淳朴但又奇猛无比。对待这样的人，诸葛亮则采用了攻心战术。七擒孟获，使孟获由衷地佩服诸葛亮，并从此对诸葛亮、对蜀国死心塌地。

对于不同的下属，你一定要先把握他们的性格，才能够据此采取不同的对策，让他们信服。

对于那些事事悲观，对新观念不抱希望的下属，他们的这种性格使他们不想面对现实，阻碍了整体的前进。对于有这种性格的下属，在他们面前一定要保持一种乐观进取的态度，让他们有所放松，并多多鼓励他们积极进取。

4 瓦拉赫定律：把力量放在你的强项上

对于那些脾气暴躁的下属，他们的性格或许会令单位永无宁日。对待这些下属，应当在他们心平气和时，让他们知道乱发脾气是不恰当的。并强调单位是个整体，不容许个别人破坏纪律，也不会姑息乱发脾气行为。当他们情绪激动的时候，最好先不要发言。听他们诉说心中的不平。一个愤怒的人，通常会有很复杂的情绪，细心的聆听可以令他感觉到你在注意他，并会对你慢慢地有好感。

对于一些个性极强的下属，则不能放任自流，要及时地制止他们的行为，让他明白不能无视单位的纪律，以直接劝告来达到说服他的目的。



瓦拉赫定律告诉你：经营强项 5 法则

要巧妙经营自己的强项，就要善于管理自我。具体表现为以下 5 点：

1. 战胜逆境的实力强项

当你遇到困难和挫折时，不要把它视为困难和挫折，而应把它当作强大自己的一种历练。发挥自己的强项，有两方面含义，一个是做给别人看，另一个是做给自己看。没有强项的成功是脆弱的。发掘强项是你立于不败之地的资本。

2. 克服挫折的心理强项

养成健康的积极的思维方式和习惯，这种思维方式和习惯有助于你战胜困难，克服心理上的恐惧，增强成功的勇气和决心，从而在短时间内发挥强项。

3. 培养时间管理强项

从一个人怎样利用他的零碎时间上，就可以判断他的未来前途。

4. 找到属于自己的金钥匙

爱默生说：“如果一个人拥有一种别人所需要的特长，那么他无论到哪里都不会被埋没。”

5. 多一点学习，多一个强项

多一点积累，多一些经验，多一些实践，就会多一分优势。

5

罗森塔尔效应：

期望和积极暗示是神奇的指挥力

【1960年，罗森塔尔在加州一所学校中做了一个著名的实验。新学期刚开始的时候，罗森塔尔请求校长对两位教师说：“根据以往的教学考察，我认为你们是本校最优秀的教师。为此今年学校特地挑选了一些极为聪明的孩子给你们当学生。但是，为了不伤害到其他的教师和学生，请你们尽量像平常一样教这些聪明的孩子，一定不要让其他人知道你们是挑选出来的最优秀的老师，你们的学生也是被特意挑选出来的高智商的孩子。”之后的一年里，这两位教师更加努力地教学。在学年考试中，这两个班级的学生成绩成为全校中最优秀的，将其他班级远远地抛在了后面。最后，校长才公开了事实：这两位老师和他们的学生都不是被特意挑选出来的优秀者，而是随机选出的。

罗森塔尔效应，指当我们对某些人寄予积极的期望时，这些所期望的人就会朝着我们所期望的好方向发展；当我们对某些人寄予消极的期望时，这些所期望的人就会朝着我们所期望的坏方向发展。】

罗森塔尔效应的本质：怀有期望的激励

维克多·H. 弗鲁姆在1964年出版的《工作与激励》一书中阐述了他的工作激励的期望理论。期望理论通过人们的期望来解释激励问题。

期望理论指出人的任何行动都是有目标的，正如一句名言所说的那样：“世界上所做的每一件事都是人们抱着希望而做的。”人们如果做着没有目标、没有希望的事，那是没有任何积极性的。他们认为：人们对一件工作动力的大小由其达到目标的可能性，及由目标导致期望利益的可能性之大小所决定的。

这个结论在实用上、在理论上都是很有用处的，也很有趣。例如，一件工作的指标定得过高，达到指标的可能性很小，人去干这样的工作就不会有什么积极性，如果指标定得很低，可能有吸引力，但工作可能会受到影响，没有发挥出人的潜力，只有确定得适当，对工作对职工才都有好处。

现代信息论的研究表明，只有那些确定得当的目标对人们才有更大的吸引力，这样的信息量，被人脑吸收得最多，不高不低地确定指标、目标，在领导科学中被称为“0.5 艺术”。目标确定合理，那也不一定能吸引人，那还要看完成任务后能带来多大好处，达到个人期望利益的可能有多大。

每个人的期望利益是不同的，一项任务，对一个人有吸引力，对另一个人就不一定有吸引力。例如，青年人喜欢多挣钱，对完成任务大小与报酬紧密挂钩的工作，他们可能就更有兴趣，而对年纪大的知识分子，那些有弹性时间、有研究探讨性质的工作，报酬少一些，他们可能也有较高的积极性。应用期望理论的这个模式，针对不同的对象，来调整劳动定额与报酬的内容标准，以便做到更好地调动职工的积极性。

期望理论在管理工作中，可以转化成为下列期望值模式：

1. 由工作努力到工作绩效的期望

“努力—绩效”关系，指的是个人认为通过一定的努力会带来一定绩效的可能性。人们往往会问自己，如果我付出了最大努力，是否会在绩效考核中反映出来？如果体现不出来，那是为什么？是因为个人技术能力上的缺陷还是因为组织

的绩效考核体系存在着问题？

如果一个人认为不论自己工作如何努力，取得好的绩效都几乎是不可能的时，这个人则有非常低或弱的“努力—绩效”期望。反之，如果一个人越是相信通过自己的努力工作会得到好的绩效，则“努力—绩效”的期望就越高。期望理论认为，很强的“努力—绩效”期望是高水平的工作激励存在的一个必要条件。除非一个人相信努力工作会获得好的绩效，否则没有理由认为这个人会努力地工作。

2. 由工作绩效到组织报酬的期望

“绩效—报酬”关系，是指个人相信一定水平的绩效会带来所希望的奖励结果的程度。如果我获得了好的绩效考核结果，是否会因此得到奖励呢？这个问题的答案也常常起到举足轻重的作用。如果一个人具有很强的“绩效—报酬”期望，将对他的行为产生很强的正向激励作用，越是相信通过有效工作可以获得积极结果的人，就越能激励他去有效地工作。例如，当一个人相信通过努力可以给他带来增加工资或提升时，他会因此而受到激励更努力地工作。而另一个人，感到卖力地工作只能产生诸如挫折和疲劳之类的消极结果，得到的结果或报酬却很少，他就不会想去更好地工作。

3. 组织报酬对个人目标的满足程度

也就是“报酬—个人目标”关系，是指组织奖励满足个人目标或需要的程度以及这些潜在的奖励对个人的吸引力。毫无疑问，人们对不同的报酬的估价是各不相同的，一个人可能认为金钱的效价是很高的，而另一个人则觉得得到别人的认可和赞扬比金钱更有价值。工作结果对一个人的激励影响程度，往往取决于这个人对结果的效价看法。如果一个人越是以积极的态度估价一种结果，这种结果对个人激励影响的潜在力量越大。

期望理论的最基本含义是，管理者应该努力保证激励的全部三个因素都存在并对每个下属人员来说都很强烈。这一目标可以通过以下方式来实现：

首先，高的“努力—绩效”期望取决于两个因素：绩效标准和员工的个人能力。绩效标准必须适当，既不能太低也不能太高。要确保员工通过努力能够达到。同时，你还必须保证下属人员的技术和能力与其工作要求之间的协调。如果一个人察觉他缺乏有效工作的能力，那么他的“努力—绩效”的期望自然会很弱，积极性也会降低。

5 罗森塔尔效应：期望和积极暗示是神奇的指挥力

其次，你要保证高绩效能带来高报酬，建立以绩效为基础的奖励制度。这里的奖励是一个广义的概念，它包括奖金、提升、表扬，也包括提高个人威信、得到同事的信任、看到自己的工作成效等。如果只要求员工对组织做出贡献，而组织没有相应的回报，时间一长，员工的积极性就会消退。

最后，你一定要奖员工之所需，投员工之所好。人人都希望奖励能满足个人的需要。由于人与人之间在年龄、性别、资历、社会地位、经济条件、家庭状况等方面存在着差别，反映在需要上也有明显的个别差异。因此，对同一种奖励，不同的人体验到的效价不同，它所具有的吸引力也不同。将报酬个别化以适应不同员工的需要是十分重要的。一个员工努力工作，希望得到晋升，但你给他加了薪水；或者一个员工希望做更有趣和更有挑战性的工作，却只得到几句表扬的话；在这种情况下，你虽然也支付了报酬，但却达不到你希望的激励效果。

积极心理暗示产生巨大的力量

虽然世界是现实的，但看不见、摸不到的命运一直藏匿在我们的思想里。

正如心理学家哈利·爱默生·佛斯迪克博士所指出的：“生动地把自己想象成失败者，这就足以使你不能取胜；生动地把自己想象成胜利者，将带来无法估量的成功。伟大的人生以想象中的图画——你希望成就什么事业、做一个什么样的人——作为开端。”很多伟大人物的成功，就是凭借这样一种智慧的心态。

瑞典发明家奥莱夫，出生在伐姆兰省的一个小乡村，父母都是最贫苦的佃农。

奥莱夫出世的时候，家里一贫如洗，最值钱的财产就是一支鸟枪和三只鹅。当时，一位身着华丽衣服的亲戚抱着自己的儿子，讥笑奥莱夫的父母说：“你们那儿子生下来就注定是一个看鹅的穷鬼！”

奥莱夫的父母听后，气愤地说：“只需要20年时间，我们的奥莱夫肯定会成为富翁，到时候他会雇你的儿子帕尔丁当马夫。”

要知道，20年只是正常人生的四分之一。从奥莱夫6岁起，父亲就让他读路德的《训言集》，教育他对自己的人生目标进行定位，使每个小时都服务于这个目标。

奥莱夫没有让父母失望，上中学后他就懂得把时间分配得细致精密，使每年、每月、每天和每小时都有它的具体任务。在一篇作文里，奥莱夫自信地写下：“奥莱夫将来一定是国家的栋梁！谁盗窃奥莱夫一分钟的时间，谁就是盗窃瑞典！”

20岁的时候，奥莱夫果然创造了一项重大发明，并且很快成了瑞典数一数二的发明家和富翁。

奥莱夫的成功，深刻地告诉我们：积极的心理暗示足以改变一个人的命运。自信地找准一个方向，并耐心地、努力地坚持下去，幸福与成功便会水到渠成。

除了自我心理暗示之外，我们还可以利用积极的心理力量去暗示他人。

一个小女孩生长在一个十分贫困的家庭里，在她很小的时候，父亲便去世了，小女孩与妈妈相依为命。小女孩非常自卑，她从来没有穿过漂亮的衣服，也没有佩戴过什么首饰。就这样，小女孩长到了18岁，在她18岁那年的圣诞节，妈妈给了小女孩20美元，让她为自己买一份圣诞礼物。

她大喜过望，准备去商店为自己买一份礼物，但是她自卑惯了，根本没有勇气从大路上大大方方地走过，只是贴着墙角朝商店走去。

一路上，她看见所有人的生活都比自己好，心中不无遗憾地想，我是这个小镇上最抬不起头来、最寒碜的女孩子。看到自己特别心仪的小伙子，她又酸溜溜地想，今天晚上盛大的舞会上，不知道谁会成为他的舞伴呢？

她就这样一路嘀嘀咕咕躲着人群来到了商店。一进门，她感觉自己的眼睛都被刺痛了，她看到柜台上摆着一批特别漂亮的缎子做的头花、发饰。她看呆了，售货员对她说：“小姑娘，你的亚麻色的头发真漂亮！如果配上一朵淡绿色的头花，肯定美极了。”在售货员的蛊惑下，尽管小女孩觉得16美元的价位有些贵，但还是任由售货员把那朵淡绿色的头花戴在了自己头上。她看了看镜中的自己，突然惊呆了，她从来没看到过自己这个样子，她觉得这一朵头花使她变得像天使一样容光焕发！

她不再迟疑，掏出钱来买下了这朵头花。她感觉自己突然之间变成了一个漂亮的天使，她陶醉其中，接过售货员找的零钱后，转身便往外跑。在出门的刹那，她与一个老绅士撞了一下，她顾不得回头，只是兴奋地往外跑去。

她不知不觉就跑到了小镇最中间的大路上，她看到所有人投给她的都是惊讶的目光，她听到人们在议论说，没想到这个镇子上还有如此漂亮的女孩子，她是

5 罗森塔尔效应：期望和积极暗示是神奇的指挥力

谁家的孩子呢？她又一次遇到了自己暗暗喜欢的那个男孩，那个男孩竟然叫住她说：“不知今天晚上我能不能荣幸地请你做我圣诞舞会的舞伴？”

她心花怒放，决定用剩下的4美元再给自己买点东西。于是她又一路飘飘然地回到了小店。

刚一进门，她就看见了那个老绅士，绅士微笑着对她说：“孩子，我就知道你还会回来的，你刚才碰到我的时候，这个头花也掉下来了，我一直在等着你来取。”

从心理学的角度来剖析这个故事，积极的心理暗示给了女孩自信的力量，让她变得可爱而美丽。

观察你周围的世界，积极的暗示产生的作用是无比惊人的——一队战士在阿尔卑斯山的风雪中迷路了，凭借一张地图，他们扎营熬过了风雪，确定了自己的方位，两天后顺利回到营地。当他们讲述着这张非凡的地图的时候，人们却发现，这是一张比利牛斯山的地图；有的小孩子非常胆怯，他的父母便告诉他上天已经偷偷地赐给了他勇气和力量，结果这名胆怯的儿童积极地参与了学校的很多活动，还取得了优秀的成绩；一些从小长在城市的人到了乡村后，他们感觉乡村的泉水十分甘甜，然而他们所喝到的泉水不过是同伴所带来的普通矿泉水。

种种现象表明，积极的自我暗示虽然不会改变外在的客观世界，但对人们的情绪和态度塑造却有着极为重要的积极意义。

精神激励能得到意想不到的效果

美国IBM公司副总裁巴克·罗杰斯曾经对给予员工表扬、光荣称号、象征荣誉这样一些精神激励以极大的肯定。他在《IBM道路》一书中曾写道：“几乎任何一件可以提高自尊心事情都会起积极作用。我并不是说光凭赞美、头衔和一纸证书就会使一个付不起账单的人满足，不是这样。但是，这些做法在物质奖励的基础上是对做出贡献的人的一个很好的、公正的评价。”

赞扬员工是一种不花或较少花费成本的激励方法，如果用得妙，则会产生意想不到的效果。

小王是某公司的青年骨干，就在他结婚那天，公司的领导都来了。婚礼会场

简直就像是公司的一个喜庆集会。总经理代表公司全体同仁对两位新人说道：“青年是我们公司的希望，公司为这样的员工感到骄傲，祝福你们！公司的美好未来就寄托在你们身上。祝你们幸福美满，白头偕老！”听了领导的一席话，使在场的每一位同事都和这对新人一样，心里热乎乎的。

某公司人事主管在一次偶然的会和一名员工下了一盘棋，发现他棋下得不错。等比赛结束，这位主管找机会和他谈话，说：“你的棋下得不错，有股敢于拼杀的劲头。不知你怎么看自己的？听说你工作干得也不错，你真的很棒！”得到主管的肯定，这位员工的自信心更强了。一年以后，他以优异的工作成绩得到了提升。

罗森塔尔效应告诉我们，在非正式场合表扬员工，可以缩短彼此的距离，更易于表达感情和看法，有着许多正式场合表扬所不具备的好处。它不但能激励人、鼓舞人，而且能以积极的暗示点拨人。但要注意，在采用表扬奖励方法时要特别关注在场人员的心理变化，千万不要给人留下相反的暗示印象。

除了在非正式场合表扬员工，奖励旅游同样可以让优秀员工心中甜蜜蜜，以后甘心继续为公司卖命。就算是选择在很近的东南亚举办奖励旅游，只要有创意和用心，不必花太多的钱，也可让员工感动。台湾地区的雄狮旅游公司曾替花旗银行在新加坡办了一场很成功的旅游活动。节目主持人让接受表彰的员工在台上讲出最想感谢的人。结果，这些人要感谢的妈妈、爸爸、太太竟然就出现在他们面前，与他们一同分享得奖的荣誉。

原来，主办单位请这些得奖者的亲人当天另外秘密搭机到达。“昨晚刚通过国际电话的亲人，竟出现眼前”，台上的主角感动得喜极而泣。

传递积极期望，培养优秀孩子

身为父母，当孩子考试成绩不好时，你是否气愤地责骂他“笨蛋”“傻瓜”？当孩子不听话淘气时，你是否生气地训斥他“没出息”“没素质”？当孩子没有达到你为他制定的目标时，你是否很失望地唠叨“你什么时候能给我们争口气呢”，如果是这样，那你可要检讨了。其实，每个孩子都可能是天才，关键在于你对他

5 罗森塔尔效应：期望和积极暗示是神奇的指挥力

给予何等的期望。

正如罗森塔尔的实验所体现的那样，期望在孩子的成长过程中，起着巨大的作用。中国有句俗话：“说你行，你就行；说你不行，你就不行。”要想使孩子的发展更好，就应该给他传递积极的期望。

相信很多家长都希望自己的孩子能像爱迪生那样聪明。可是，要知道，爱迪生之所以能成才，在很大程度上也是靠着家长的鼓励。

爱迪生小时候仅仅上了三个月小学就被开除了，因为学校认为他“智力低下”，但爱迪生的母亲对自己的孩子很有信心，她对爱迪生说：“你比别人聪明，这一点我是坚信不疑的，所以你要坚持好好读书。”

爱迪生得到了母亲的鼓励，在母亲的教导下，学到了比一般孩子在学校里多得多的知识，经过不懈努力，终于成为伟大的发明家。

因此，可以毫不夸张地说，我们今天所享受的电灯、电影、录音机等都受惠于爱迪生的发明，归功于爱迪生母亲对儿子的期望。

正如积极的期望可以很好地激励孩子一样，消极的期望也可以重重地打击孩子。有人曾对少年犯罪儿童做了专门的研究，结果发现，许多孩子成为少年犯的原因之一，就在于不良期望的影响。许多孩子因为在小时候偶尔犯过的错误而被贴上了“不良少年”的标签，这种消极的期望引导着孩子们，使他们越来越相信自己就是“不良少年”，最终走向犯罪的深渊。由此可见，教师和家长对孩子的教育中，消极的心理期望对孩子的成长影响多么大。

有些家长因孩子的学习状况不尽如人意，费了一番工夫不见效果，就对孩子的学习产生了失望情绪，随之而来的是训斥、埋怨甚至讽刺、打骂。由于不能满足家长的期望而对孩子施以心灵或身体的虐待是很不理智的，改变不了孩子的现状，弄不好，还会产生更消极的影响。所以，正确的做法应该是，不论孩子的学习出现什么样的挫折，家长永远要对孩子说：“只要你认为自己确实尽力了，我们就接受任何结果。”同时，家长还要对孩子说：“我们相信，你能行，你还有潜力，还能取得更好的成绩！”

教育家陶行知曾提醒教师：“在你的教鞭下有瓦特，在你的冷眼里有牛顿，在你的讥笑中有爱迪生。”所以，在家庭教育过程中，身为父母，我们不妨让孩子经常从自己的教育态度中感受到父母的心理预期，得到父母的尊重，那样他们

就会保持一种积极向上的力量；反之，如果我们过低地估计了孩子的能力，放弃对他们的期望，断定孩子这也不行、那也不好，将来不会有出息，那可真要耽误孩子终生了。换言之，你期望孩子成为一个什么样的人，孩子就可能成为一个什么样的人。

下面，向大家介绍一下如何给孩子适度的期望。

1. 给孩子的期望宜在他努力可及的范围内

譬如：孩子的智商为110，你可以给他智商为120到130的作业，让他接受挑战，建立他对自我的信心；倘若只给他智商为90的作业，他会对学习失去兴趣。

2. 不要因为孩子失败或做错事而随便给他加上有损他自尊心的“标签”

这样可能会对他造成一辈子的伤害。

3. 让孩子的行为逐渐变得自律自发

赞扬和奖励虽可鼓励孩子，但应让孩子的行为慢慢提高层次到自律的自发行为，即使没有大人的奖励，孩子依然能为自己的目标而努力。

4. 高难度的事情要视孩子的能力来做

最好分成几个阶段。同时，每完成一个阶段，可以给他一些鼓励。

此外，不要让过高的期望给孩子造成太大的心理压力，从而陷入焦虑与挫折，甚至泯灭他原有的潜能。

给他人以真诚的赞美

如果一位演员从来听不到观众的喝彩；如果一位工作出色、进步明显的下级从来听不到上级对自己的表扬；如果一位为家庭和孩子付出辛劳的妻子从来得不到先生的称赞；如果一个好学上进、知错就改的孩子从来听不到父母对自己的夸奖，会产生怎样的后果？

人是需要激励和赞美的，特别是在自己做出了巨大的成绩时，总是希望有人走出来肯定自己，赞扬自己。有的人在辉煌之时郁郁寡欢，最后因忧郁而死；有的人在取得一定的成绩之后，更上一层楼，取得令人惊异的成绩。可见表扬和激励对一个人人生的发展是多么重要。

5 罗森塔尔效应：期望和积极暗示是神奇的指挥力

随着全球化步伐的加快，无论是在国际舞台上，还是在对外商务交往中，我们无疑都需要变得更加自信，而这种自信的形成当然也需要来自上级、同事、朋友、家人发自内心的认可和称赞。积极反应激励人们继续做积极的事情，这是一个呈螺旋上升的趋势。不吝赞美，在合适的场合、合适的时候称赞别人，能振奋士气，赢得好感。

下属在成功之后，领导一方面给予充分的肯定，同时有意拔高一点也未尝不可；另一方面劝他要认真地看待现实的成功，不懈地努力以争取更大的成功，这样既满意了下属的心理，还起到了教育的作用。

有一次，卡耐基到邮局去寄一封挂号信，人很多。卡耐基发现那位管挂号的职员对自己的工作已经很不耐烦，可能是他今天碰到了什么不愉快的事情，也许是年复一年地干着单调重复的工作，早就烦了。因此，卡耐基对自己说：“我必须说一些令他高兴的话。他有什么真的值得我欣赏的吗？”稍加用心，卡耐基立即就在他身上看到了值得欣赏的一点。

因此，当他在接待卡耐基的时候，卡耐基很热诚地说：“我真的很希望您这种头发。”

他抬起头，有点惊讶，面带微笑。“嘿，不像以前那么好看了，”他谦虚地回答。卡耐基对他说，虽然你的头发失去了一点原有的光泽，但仍然很好看。他高兴极了。双方愉快地谈了起来，而他说的最后一句话是：“相当多的人称赞过我的头发。”

卡耐基说：“我敢打赌，这位仁兄当天回家的路上一定会哼着小调；我敢打赌，他回家以后，一定会跟他的太太提到这件事；我敢打赌，他一定会对着镜子说：‘这的确是一头美丽的头发。’想到这些，我也非常高兴。”

这个世上，试想有谁不喜欢被他人赞美呢？从社会心理学角度来说，赞美是一种有效的交往技巧，能缩短人与人之间的心理距离。可以说，喜欢被人赞美是人的一种天性。我们应该学会赏识、赞美他人，努力去挖掘他人的闪光点。



罗森塔尔效应告诉你：对他人寄予期望要适度

绝大多数人都有过这样的经历：当自己的上级对自己说“我对你的将来抱有

很大的期望”或者“我对你很有信心，你一定能将这份工作干好”的时候，心中就会产生一种无法形容的兴奋感，并下定决心，好好干，以免辜负了人家的期望。

值得注意的是，适度地对他人寄予期望是一件好事，但如果超过他人的能力范围期望过度的话，就会给对方造成沉重的心理负担，令人惶恐不安，进而产生反抗心理。为了避免你的期望产生副作用，需要注意以下3点：

1. 期望需要综合对方的能力

如果是对方根本做不到的事情，就会产生副作用；不过，期望对方解决其力所能及范围之内的适当困难，能够增加对方的满足感。

2. 当对方达到了你的期望，别忘记赞赏他

赞美是使人产生自信和提高积极性最大的动力之源。

3. 如果对方没有达到你的期望，也不要指责他，应给他激励与安慰

这样做可以顾全他的自尊和自信，更有利于你赢得人心。

6

洛克定律： 为自己设定一个高目标

【美国管理学家埃得温·A·洛克提出：当目标既是未来指向的，又是富有挑战性的时候，它便是最有效的。这被称为洛克定律。

大多数人可能都有过打篮球的经历，明白投进一个篮球比踢进一个足球要容易很多。这与篮球架的高度有关。要是把篮球架做两层楼那样高，进球可就不那么容易了。反过来，要是篮球架只有一个普通人那么高，进球却又太容易了。正是因为篮球架有一个适宜的高度，才使得篮球成为一个世界性的体育项目。因此，要想调动人的积极性，就应该设置有着这种“适宜高度”的目标。所以，洛克定律又被称作“篮球架”原理。】

目标是指引你走向成功的灯塔

人要有一个奋斗目标，这样活起来才有精神、有奔头。那些感觉整天无所事事、无聊至极的人，就是因为没有目标才会那样。从小就要为自己的人生制定一个目标，然后不断地向它靠近，终有一天你会达到这个目标。如果从小就糊里糊涂，对自己的人生不负责任，没有目标没有方向，那这一生也难有作为。一个人出门，都会有自己的目的地，如果不知道自己要去哪里，漫无目的地闲逛，那速度就会很慢，但当你清楚你自己要去的地方，你的步履就会情不自禁地加快。如果你分辨不清自己所在的方位，你会茫然若失；一旦你弄清了自己要去的方向，你会精神抖擞。这就是目标的力量。所以说，一个人有了目标，才会成功。

美国哈佛大学曾经做过一项关于“目标”的跟踪调查，调查的对象是一群智力、学历和环境等都差不多的年轻人。调查结果显示：90%的人没有目标，6%的人有目标，但目标模糊，只有4%的人有非常清晰明确的目标。20年后，研究人员回访发现，那4%有明确目标的人，生活、工作、事业都远远超过了另外96%的人。更不可思议的是，4%的人拥有的财富，超过了96%的人所拥有财富的总和。由此可见目标的重要性。

比塞尔是西撒哈拉沙漠中的一颗明珠，每年有数以万计的旅游者来到这儿。

可是在肯·莱文发现它之前，这里还是一个封闭而落后的地方。这儿的人没有一个走出过大漠，据说不是他们不愿离开这块贫瘠的土地，而是尝试过很多次都没有走出去。肯·莱文当然不相信这种说法。他用手语向这儿的人问原因，结果每个人的回答都一样：从这儿无论向哪个方向走，最后都还是转回出发的地方。

为了证实这种说法，他做了一次试验，从比塞尔村向北走，结果3天半就走了出来。比塞尔人为什么走不出来呢？肯·莱文非常纳闷，最后他只得雇一个比塞尔人，让他带路，看看到底是为什么？他们带了半个月的水，牵了两峰骆驼，肯·莱文收起指南针等现代设备，只拄一根木棍跟在后面。

10天过去了，他们走了大约800英里（约1287千米）的路程，第11天的早晨，他们果然又回到了比塞尔。这一次肯·莱文终于明白了，比塞尔人之所以走

不出大漠，是因为他们根本就不认识北斗星。在一望无际的沙漠里，一个人如果凭着感觉往前走，就会走出许多大小不一的圆圈，最后的足迹十有八九是一把卷尺的形状。比塞尔村处在浩瀚的沙漠中间，方圆上千公里没有一点儿参照物，若不认识北斗星又没有指南针，想走出沙漠，确实是不可能的。

肯·莱文在离开比塞尔时，带了一位叫阿古特尔的青年，就是上次和他合作的人。他告诉这位汉子，只要你白天休息，夜晚朝着北面那颗星走，就能走出沙漠。

阿古特尔照着去做，3天之后果然来到了大漠的边缘。阿古特尔因此成为比塞尔的开拓者，他的铜像被竖在小城的中央。铜像的底座上刻着一行字：新生活是从选定方向开始的。

一个人无论活到多大年龄，他真正的人生之旅，都是从设定目标的那一天开始的。理想和目标生命的航标灯，引领着人士朝成功方向走去，创富的过程也是如此。如果你没有一个方向，那么只会转出一个个或大或小的圈子，而且，圈子越大，它耗费你的时间和精力也就越多，人生的损失也就越大。

切实可行的目标最有效

一位哲人曾经说过，除非你清楚你自己要到哪里去，否则你永远也到不了自己想去的去的地方。要成为职场中的强者，我们首先就要培养自己的目标意识。古希腊彼得斯说：“须有人生的目标，否则精力全属浪费。”古罗马小塞涅卡说：“有些人活着没有任何目标，他们在世间行走，就像河中的一棵小草，他们不是行走，而是随波逐流。”

在这个世界上有这样一种现象，那就是：“没有目标的人在为有目标的人达到目标。”因为有明确、具体的目标的人就好像有罗盘的船只一样，有明确的方向。在茫茫大海上，没有方向的船只有跟随着有方向的船走。

首先，有目标未必能够成功，但没有目标的人一定不能成功。博恩·崔西说：“成功就是目标的达成，其他都是这句话的注解。”成功人士不是成功了才设定目标，而是设定了目标才成功。

其次，目标不是越大越好、越高越棒，而是要根据自己的实际情况，制定出

切实可行的目标才最有效。这个目标不能太容易就能达到，也不能高到永远也碰不着，要高度适中，“跳一跳，够得着”最好。

这个目标既要有未来指向，又要富有挑战性。比如那篮圈，定在那个高度是有道理的，它不会让你轻易就进球，也不会让你永远也进不了球，它正好是你努力就能进球的高度。试想，如果把篮圈定在1.5米的高度，那进球还有意义吗？如果把篮圈定在15米的高度，还有人会去打篮球吗？所以，制定目标就像这篮圈一样，要不高不低，通过努力能达到才有效。

曾经有一个年轻人，很有才能，得到了美国汽车工业巨头福特的赏识。福特想要帮这个年轻人完成他的梦想，可是当福特听到这位年轻人的目标时，不禁吓了一跳。原来这个年轻人一生最大的愿望就是要赚到1 000亿美元，超过福特当时所有资产的100倍。这个目标实在是太大了，福特不禁问道：“你要那么多钱做什么？”年轻人迟疑了一会儿，说：“老实讲，我也不知道，但我觉得只有那样才算是成功。”福特看看他，意味深长地说：“假如一个人果真拥有了那么多钱，将会威胁整个世界，我看你还是先别考虑这件事，想些切实可行的吧。”五年后的一天，那位年轻人再次找到福特，说他想要创办一所大学，自己有10万美元，还差10万美元，希望福特可以帮他。福特听了这个计划，觉得可行，就决定帮助这位年轻人。又过了8年，年轻人如愿以偿地成功创办了自己的大学——伊利诺伊大学。

所以说，一个人的目标不能定得过大，听起来很空洞，没有一点可行性，那个目标只是一个空谈，永远没有可以兑现的一天。

千里之行始于足下，汪洋大海积于滴水，成功都是一步一步走出来的。当然也有人一夜暴富，一夜成名，但是谁又能看到他们之前的努力与艰辛。有人在俄国著名生理学家巴甫洛夫临终前，向他请教成功的秘诀。巴甫洛夫只说了一句话：

“要热诚而且要慢慢来。”热诚，有持久的兴趣才能坚持到成功。“慢慢来”，不要急于求成，做自己力所能及的事情，然后不断提高自己；不要妄想一步登天，要为自己定一个切实可行的目标，有挑战又能达到，不断追求，走向成功。

拿破仑·希尔说过：“一个人能够想到一件事并抱有信心，那么他就能实现它。”换句话说，一个人如果有坚定明确的目标，他就能达成这一目标。坚定是说态度，明确是讲对自我的认识程度。每个人都有自己的优点和缺点，有自己的爱好与厌

6 洛克定律：为自己设定一个高目标

恶，所以每个人所制定的目标也是不一样的。

要根据自己的实际情况，制定自己能够“跳一跳，够得着”的目标，就要对自己的实际情况有一个清晰的认识，对自己的能力、潜力以及各方面条件都有一个明确的把握，经过仔细考虑定出属于自己的奋斗目标。

多个目标会让你陷入迷茫

临近毕业时，社会经验最为丰富的教授准备给同学们上最后一堂课。他问了同学们一个问题：“如果你上山砍柴的时候看到两棵树，一棵很粗，但另一棵很细，你会砍哪一棵呢？”

问题一出，大家都有些失望，太简单了吧？于是有同学懒散地答道：“当然是砍粗的那棵了”。

教授狡黠一笑：“如果那棵粗的不过是一棵普通的杨树，而细的则是名贵的红松，你们会砍哪棵？”

大家想都不想就回答了：“当然砍红松了，杨树再粗也不值钱！”

教授带着不变的微笑看着我们，又问：“那如果杨树是笔直的，而红松却七歪八扭，你们会砍哪一棵？”

看着教授莫测的微笑，同学们疑惑起来，也搞不懂教授葫芦里卖的是什么药。就顺着他所给的条件出发，说：“那就砍杨树吧，红松弯弯曲曲的，什么都做不了！”。

教授紧接着问：“杨树虽然笔直，可由于年头太多，中间大多空了，这时候你们会砍哪一棵呢？”

终于有人问：“教授，您问来问去的，导致我们一会儿砍杨树，一会儿砍红松，选择总是随着您的条件增多而变化，您到底想测试些什么呢？”老教授收起笑容，说：“你们怎么就没问问自己，到底为什么砍树呢？虽然我的条件不断变化，可是最终结果取决于你们最初的动机。如果想要取柴，你就砍杨树，想做工艺品，就砍红松。你们当然不会无缘无故提着斧头上山砍树了！”

从这个故事我们可以看出，当许多事摆在我们眼前时，我们往往只顾着去做

那些事，而在各种变数中淡忘了初衷。

许多时候，目标与现实之间，往往有一定的距离，我们必须学会随时去调整。无论如何，人不应该为不切实际的誓言和愿望活着。

古时有个渔夫，是出海打渔的好手。可他却有一个不好的习惯，就是爱立誓言。即使誓言不符合实际，八头牛也拉不回来，一意孤行。这年春天，渔夫听说市面上墨鱼的价格最高，于是便立下誓言：这次出海只捕捞墨鱼。但这一鱼汛所遇到的全是螃蟹，他只能空手而归。

回到岸上后，他才得知现在市面上螃蟹的价格最高。渔夫后悔不已，发誓下一次出海一定要只打螃蟹。第二次出海，他把注意力全放在螃蟹上，可这一次遇到的却全是墨鱼。不用说，他又只能空手而归了，晚上渔夫抱着饥饿难忍的肚子躺在床上十分懊悔。他发誓下次出海，无论遇到螃蟹还是墨鱼，他都要去捕捞。第三次出海后，渔夫严格按照自己的誓言去捕捞，可这一次墨鱼和螃蟹他都没见到，见到的只是些马鲛鱼。于是，渔夫再一次空手而归……

渔夫没赶得上第四次出海，他在自己的誓言中饥寒交迫地死去。

再来看另一个小故事：

阿爸带着自己的三个儿子去草原打猎。四人来到草原上，这时阿爸向三个儿子提出了一个问题。

“你们看到了什么呢？”

老大回答说：“我看到了我们手中的猎枪，在草原上奔跑的野兔，还有一望无际的草原。”

阿爸摇摇头说：“不对。”

老二回答说：“我看到了阿爸、哥哥、弟弟、猎枪、野兔，还有茫茫无际的草原。”

阿爸又摇摇头说：“不对。”

老三回答说：“我只看到了野兔。”

这时阿爸说：“你答对了。”

一个能顺利捕获猎物的猎人只瞄准自己的目标。洛克定律告诉我们，如果目标脱离现实，就要及时调整，否则就会像渔夫一样忙碌一生、全无收获。把自己吊死在一棵树上，眼光只盯着空泛的目标，不懂得变通，实在是可笑之极。

避免目标置换

组织的一切活动都是围绕着既定目标而展开和进行的，但在管理实践中达不成或只达成部分既定目标的情况却比较多，原因当然是多种多样的，而“目标置换”就是其中比较普遍和典型的一种。

所谓“目标置换”，是指把在达成目标的过程中，“对于如何完成目标的关切，致使渐渐地让方法、技巧、程序、信息等问题占据了一个人的心思，反而忘了对整个目标的追求”，换言之，“工作如何完成”逐渐代替了“工作完成了没有”。这个现象被称为目标置换效应，最早由美国管理学家约翰·卡那提出。

据美国管理学家约翰·卡那做过的一项调查显示，在所有影响目标达成的因素中，“目标置换”因素占了67%以上。

应该说，在实施目标的过程中，总是有或多或少、或直接或间接、或潜在或明显的因素干扰和阻碍着目标的达成。

若从“目标置换”的角度上分析大致有两类。一类是客观上的，具体表现：一是目标不明确，对目标的完成在数量、质量、时限、标准等方面规定得比较笼统，使目标缺乏方向感；二是目标或过高，超出了人们的实现能力；或过低，激不起人们的兴趣，难以起到真正的激励作用；三是目标实现周期长，随着时间的推移和环境的改变，达成目标的现实条件逐渐丧失；四是出现了不可预料的事件，分散了目标实施者的精力和注意力。

另一类是主观上的，具体表现：一是目标实施者对目标的理解出现偏差，无意中使自己的行为偏离了既定目标；二是因循守旧，思维僵化，不敢变通和创新，生怕“越雷池一步”；三是缺乏团队精神，难以得到上级或同事的有力配合与支持；四是实际操作能力低，缺乏达成目标的相关方法与手段；五是缺乏信息意识，不能积极了解目标的实施进展情况并通过负反馈来及时调整和纠偏。

如何避免发生“目标置换”的现象呢？

1. 要建立动态的目标体系

在目标的设立、分解、定责等过程中要使诸目标间形成一个相互支持、关联、照应的有机整体，总目标要成为分目标的“标杆”，各分目标要自觉地、主动地、

经常地向总目标“看齐”。要使一些目标具有相应的弹性，以便在出现新情况和
新问题时能根据具体情况进行调整与完善。

2. 要实施全方位的目标管理

目标应建立在上下达成共识的基础之上，不能人为地“压任务”、“下指标”，
最好由上下级协商确定，否则上下级往往会在目标问题上形成“博弈”关系；目
标要适度，过低则人忽其易，太高则人畏其难，应以“跳一跳够得着”为最好；
目标间要建立其支持关系，以便于目标承担者之间的积极互动；实施者创造必要
的实施条件；赋予目标实施者充足的权力，并使目标与权力、责任和利益挂钩，
以更好体现“目标激励”；调整或改革一些有碍于达成目标的规章、制度；鼓励
目标承担者在权限以内大胆创新、独立自主。

3. 要解决“信息不对称”问题

达成目标的过程，也是处理信息的过程，能否拥有充分、及时、准确、优质
的信息对达成目标起着至关重要的作用，否则就会因信息不对称而导致目标实施
者“逆向选择”行为和“道德风险”现象的发生。



洛克定律告诉你：制定目标4要素

具备了以下目标的4要素，并且和你的毅力相结合，你期望的结果便更易于
获得。

1. 目标要高，也要有具体的实施步骤

可以为自己制定一个总的高目标，但一定要为自己制定一个更重要的实施目
标的步骤。由于个人条件不同，我们在制定目标时，一定要根据自己的实际情况、
经验阅历、素质特色、所处的环境条件等，使我们的目标既要高出我们的水平，
又要基本可行。千万别想着一步登天，多为自己制定几个篮球架子，然后一个个
地去克服和战胜它，久而久之你就会发现，你已经站在了成功之巅。

2. 坚定的决心是别的东西无法代替的

下决心将你的计划坚持到底，不要理会障碍、批评，或不利环境，或别人会
怎样想、怎样说、怎样做。以不懈的努力、专注及集中的力量来筑起自己的决心。

6 洛克定律：为自己设定一个高目标

3. 机会不会落在等待者的头上，只有敢于出击的人，才能抓住机会

牧师兼演说家罗伯特·H·舒勒斯说：“目标绝对重要，不但调动我们的积极性而且维持我们的人生。”罗伯特·F·梅杰说：“如果你没有明确的目的地，你很可能走到不想去的地方去。”尽一切能力实现自己的理想，不要走到不想去的地方去。

4. 千里之行，始于足下

要想实现自己的人生目标，或是要实现企业的经营目标，我们都要有脚踏实地的苦干精神以及热情，那么成功就不会远了。

7

帕金森定律： 合理用人，提高效率

【如果你是一个不称职的官员，对于如下三条出路，会选择哪一个呢？一是申请辞职，把位子让给能干的人；二是让一位能干的人来协助自己工作；三是聘用两个水平比自己更低的人当助手。分析：第一条路是万万走不得的，因为那样会丧失许多权力；第二条路也不能走，因为那个能干的人会成为自己的对手；第三条路可以走。由于助手的平庸，不会对他的权力构成威胁，只能上行下效，如此就形成了一个机构臃肿、效率低下的领导体系。这就是英国人帕金森在其《帕金森定律》（又名《官场病》）中所提出的帕金森定律。

帕金森定律是官僚主义或官僚主义现象的一种别称。作为现代企业，要保证管理制度的良好运行，就要避免帕金森定律的消极影响。】

官在得人，不在员多

在行政管理中，行政机构会像金字塔一样不断增多，行政人员会不断膨胀，每个人都很忙，但组织效率却越来越低下。这便是“帕金森法则”的中心旨意。

帕金森总结了机构人员膨胀的原因及后果：一个不称职的官员，可能有三条出路：第一是申请退职，把位子让给能干的人；第二是让一位能干的人来协助自己工作；第三是任用两个水平比自己更低的人当助手。

这第一条路是万万走不得的，因为那样会丧失许多权力；第二条路也不能走，因为那个能干的人会成为自己的对手；看来只有第三条路最适宜。于是，两个平庸的助手分担了他的工作，他自己则高高在上发号施令。两个助手因无能，也就上行下效，再为自己找两个无能的助手。如此类推，就形成了一个机构臃肿、人浮于事、相互扯皮、效率低下的领导体系。

自上而下，一级比一级庸人多，产生出臃肿的庞大管理机构。由于对于一个组织而言，管理人员或多或少是注定要增长的。那么这个帕金森法则，注定要起作用。

帕金森举例说：当官的A君感到工作很累很忙时，一定要找比他级别和能力都低的B先生和C先生当他的助手，把自己的工作分成两份分给B或C，自己掌握全面。B和C还要互相制约，不能和自己竞争。当C工作也累也忙时，A就要考虑给C配两名助手；为了平衡，也要给B配两名助手，于是一个人的工作就变成七个人干，A君的地位也随之抬高。当然，七个人会给彼此制造许多工作，比如一份文件需要七个人共同起草圈阅，每个人的意见都要考虑、平衡，绝不能敷衍塞责，下属们产生了矛盾，他要想方设法解决；升级调任、会议出差、恋爱插足、工资住房、培养接班人……哪一项不需要认真研究，工作愈来愈忙，甚至七个人也不够了……帕金森法则深刻地揭示了行政权力扩张引发人浮于事、效率低下的“官场传染病”。

通过上述条件的分析，我们可以清晰地看到：权力的危机感，是产生帕金森现象的根源。

中国自古以来有“众人拾柴火焰高”、“人多力量大”以及“人多好办事”等形容人多好处大的词句，但这些并非“放之四海而皆准”的真理。领导者们应具体问题具体分析，不要盲目应用。尤其在任人问题上，人多未必好办事，人并不在多而在精。

唐太宗李世民，任人就一贯坚持“官在得人，不在员多”的原则。他多次对群臣说：“选用精明能干的官员，人数虽少，效率却很高；如果任用阿谀奉承的无能之辈，数量再多，也人浮于事。”

他曾命令房玄龄调整规划 30 个县的行政区域，减少冗员。唐太宗还亲自监督削减中央机构，把中央文武官员由两千多人削减为 643 人。他还提倡让精力旺盛、精明能干的年轻官员取代体弱多病的年迈官员。

通过这种方法，朝廷上下全都由能人主持，办事效率大大提高，使得政通人和，出现了繁荣昌盛的“贞观之治”。

相反，太平天国在南京建立政权以后，洪秀全滥封王位，至天京失陷前，封王竟达二千七百多人，造成多王并立，各自拥兵自重，争权夺利的混乱局面，从而致使天京事变的发生，促使太平天国由盛而衰，走向败亡。

社会上这种情况屡见不鲜，即某个官职由一人担任便足以应付，却安排了好几个人。这种现象表面上看是体制问题，实际上是领导者在任人上的严重失误。不用余人是领导者应该严格遵守的原则，否则就会造成机构臃肿，人员繁多，效率低下。

帕金森定律揭露效率的奥秘

大家可能都认为，事情的重要性和复杂性应该和办这件事情花去的时间成正比。政治家和纳税人可能相信（偶尔也怀疑），公职人员多了，工作量肯定就增加了，但有的人不信这一套，他们认为职工人数成倍上升，必定会有某些人闲下来无事可干，要不就是大家的工作时间一律缩短。

对这个问题，相信和怀疑都不正确。真实情况是怎样的呢？

职工人数和工作量毫不相关，职工人数的增长是服从帕金森定律的。

7 帕金森定律：合理用人，提高效率

帕金森在分析“大型组织会变得大而无当、毫无生气”后，得出了一个定律：“工作会自动地膨胀占满所有可用的时间。”这个定律解释了为什么一个机构的组织常常会超过实际需要，以及个人效率低下的原因，就是他们给了一个计划太多的时间。

帕金森定律表明，时间管理隐含着你可以为一项任务安排过多的时间，如果你给自己安排了充裕的时间从事一项工作，你会放慢你的节奏以使用掉所有分配的时间。

1957年，帕金森在马来西亚一个海滨度假时发现了这样一个现象：一个人做一件事所耗费的时间有着极大的差别。一个人可以在10分钟内看完一份报纸，也可以看半天；一个忙人20分钟可以寄出一叠明信片，但一个无所事事的老太太为了给远方的外甥女寄张明信片，可以足足花一整天：找明信片一个钟头，寻眼镜一个钟头，查地址半个钟头，写问候的话一个钟头零一刻钟……特别是在工作中，工作会自动地膨胀，占满一个人所有可用的时间，如果时间充裕，他就会放慢工作节奏或是增添其他项目以使用掉所有的时间。

由此帕金森得出的结论是：“一份工作所需要的资源与工作本身并没有太大的关系，一件事情被膨胀出来的重要性和复杂性，与完成这件事情花的时间成正比。”你以为给自己很多的时间完成一件事就可以改善工作的品质，但实际情况并非如此。时间太多反而使你越懒散，缺乏动力，效率低，可能还会大幅度降低效率。一个小学生平均成绩无法维持在C级，家长只好让他修最少学分的功课。儿童心理学家建议这个学生多修一些课，而不是少修一些。结果出乎学生本人和家长的意料，学生多修课程后，所有科目的成绩不降反升。事实上，这个学生要做的就是如何提高学习效率、打起精神。

珍惜时间就是珍惜生命

珍惜时间，提高效率，是取得成功的关键。

一个人珍惜时间，就是爱护他自己的生命。自古以来，大凡取得成就的人，他们没有一位是不珍惜时间的。大发明家爱迪生，平均三天就有一项发明，正是

抓住了分分秒秒的时间进行了仔细的研究，他单是寻找用什么材料来做电灯丝就做了一千多个实验。

伟大的文学家鲁迅先生有句格言：“哪里是天才，我把别人喝咖啡的时间都用在工作上。”他为我们留下了六百多万字的精神财富，正是由于他把别人喝咖啡的时间都用在了写作上的缘故。

鲁迅 12 岁在绍兴城“三味书屋”读私塾的时候，父亲正患着重病，两个弟弟年幼，鲁迅不仅经常上当铺，跑药店，还得帮助母亲干家务劳动。

有一天，鲁迅在家里帮助妈妈多做了一点事，结果上学迟到了，严厉的寿镜吾老师狠狠地责备了鲁迅一顿。鲁迅挨了训以后，并不因为受了委屈而埋怨老师和家庭，他反而诚恳地接受批评，决心做好精确的时间安排，再也不会因为做家务而迟到。

于是，他用小刀在书桌的右下角，正正方方地刻了一个“早”字，用以提醒和鞭策自己珍惜时间，发愤读书。

人生有限，必须惜时如金，切莫把宝贵的光阴虚掷，而要趁青春有为之时多学一点，多做几番事业。

学习春兰公司的“三铁”法则

地处江苏泰州的春兰公司，在几年以前还是个连年亏损的镇办企业，但今天它已成为中国最大的空调生产基地之一，曾经连续三年被评为全国 500 家最佳经济效益企业、全国 500 家工业企业和全国最大 300 家外资企业之一，其销售收入、实现利税、全员劳动生产率、人均创税等主要经济指标均居全国同行业之首。

在春兰公司，员工迟到一分钟就罚款 50 元，为此有人认为春兰的管理太严。然而，春兰公司的一举成功靠的正是“铁的条例、铁的纪律、铁的管理”。

1. 铁的条例

春兰公司的决策者认为，生产力在松松散散中耗费，是许多企业的致命弱点，要建世界一流的企业、出世界一流的产品、创世界一流的效益，就必须从人的初

7 帕金森定律：合理用人，提高效率

级行为开始进行严格管理，以法治厂。为此，春兰公司先后制订了干部职工行为规范、劳动管理等 18 项管理规章制度，对职工在企业内外的行为规范做了详尽的规定。同时，公司成立了总监察室，有权对各类违纪行为予以处罚，并建立公司、部、科三级监察网络，实施违纪监督；还建立了三级逐层考核机制，考核结果记入本人档案。春兰的许多条例以严著称。以迟到为例，迟到一分钟罚款 50 元，第一次迟到给以劝告处分，第二次迟到给予警告处分，三次以上给以开除处分。受一次劝告处分，年底评选先进、晋级、分房都受到影响。铁的条例使春兰员工养成了遵守纪律的习惯，有些职工为了按时上班，不惜坐出租车赶时间。

2. 铁的纪律

在春兰公司，从总公司、中层干部到车间工人都有目标管理责任制，各司其职、各负其责。在规章制度面前人人平等，如有违反，不管是谁，一律按章办事。例如按规定，春兰职工进入公司必须佩戴身份卡。一次一位高级职员忘了带身份卡，被拒之门外，他只好回家取卡，只因迟到 4 分钟而受到劝告处分，并扣除了当月全部奖金，一年的所有评比资格全部取消。尽管春兰公司对“罚”一丝不苟，但绝大多数人心情舒畅，因为大家已形成了一个共识：“对犯规者有情，就是对企业无情”。铁的纪律严出了效果，近年来全公司旷工为零、犯罪为零、偷拿公物为零、暗干私活为零。

3. 铁的管理

春兰的教育、劳动、技术质量等数十项现代管理条例都是铁的，尤其是铁的质量管理。公司将质量意识渗透到全公司每个部门、每个人。每个上岗的一线工人都要经过严格的技术业务培训，考试合格后才可上岗操作。春兰公司的所有质量管理全部纳入了法制轨道，公司颁布了《技术管理条例》、《技术管理违纪处罚分类细则》等质量法规，一切违反技术操作规程、工艺流程要求的行为都要视情节轻重受到劝告、警告直到除名处分。同时，公司还加强了质量的外延管理，派遣质量管理人员进驻协作厂家，现场监督配套零部件产品的质量。

可以说没有这“三铁”，就没有春兰今天的成功。



帕金森定律告诉你：管理中的用人之道

世界上的人才成千上万，有全才，有偏才；有鬼才，有怪才；还有雄才，有奸才。但无论什么样的人才，都各有其用，关键在于领导者如何任用。任用正确，则坐拥天下，一切尽在掌握之中；任用不当，则危机四伏，大局不定。善于用人的领导，适时升降，恰到好处，才能人杰雄才为我所用。

1. 用人必考其终，授任必求其当

领导者用人要量体裁衣，既不能让统御千军的将帅之才去做火头军，也不能让县衙之才去当宰相；既不能让温文尔雅、坐谈天下大事的文官去战场上驰骋，也不能让叱咤风云、金戈铁马的武将成天待在宫廷内议事。而应该辨清各自的特长，派其到相符的地方或授予其相应的职位。不当其位，大材小用或者小材大用都是任人失败之处。

2. 领导不能仅仅以人才能力的高下来衡量，还得考虑人才的性格、品行

如果此人性格懦弱、不善言辞，则不宜让他担任公关和推销方面的任务；如果他处事较随意，且常出一些小错，不拘小节，就不应任用他做财务方面的工作；如果品行不太端正，爱占小便宜，且比较自私，对这种人尤其要小心任用。

3. 领导者应注意统一领导与分工授权的关系

统一领导经常表现为一种集权，使领导者陷入事无巨细、事必躬亲的误区。但统一领导又是不可或缺的，只有实现统一的领导，才能有统一的意志、目标、方向、步调，才能朝统一的目标迈进。为了解决统一领导中这一暗含的矛盾，就必须实现分工授权。分工授权又可称为分层领导、分级领导。是指按照一定的规范和程序，将领导纵向分为若干层次，分级排列，下级向其上级逐级负责，其管辖范围随级别下降而缩小，形成上下对应的领导与被领导的从属关系，一级抓一级，一级管一级，使组织成为朝着共同目标前进的统一整体。

4. 用人问题的关键在于，用人之长，容人之短，察人所短，因人而用

这是管理者用人的眼光和魄力之所在。现代管理科学的管理理念是，一个人的短处是相对存在的，只要善于激活他某一方面的长处，那么这个人则可能修正自我，爆发出惊人的工作潜能。在高明的管理者眼里，没有废人，正如武功高手，不需名贵宝剑，摘花飞叶即可伤人，关键看如何运用。

8

彼得定律： 让自己做到胜任

【每个组织都是由各种不同的职位、等级或阶层的排列所组成，每个人都隶属于其中的某个等级。在各种组织中，雇员总是趋向于晋升到其不称职的地位，其结果是，企业中的每个职位终将由不胜任的员工所占据。而最终造成组织的人浮于事，效率低下，给企业的发展造成重大影响。这就是美国学者劳伦斯·彼得在对组织中人员晋升的相关现象进行研究后，得出的一个结论，被称为彼得定律。

彼得定律所提及的现象在现实生活中无处不在：一名称职的教授被提升为大学校长后，却无法胜任；一个优秀的运动员被提升为主管体育的官员，而无所作为。】

想办法解决问题

胜任的员工，是面对问题重视找方法的人。他们坚信凡事都有方法解决，问题止于方法。

外界的困难、不如意的条件、接踵而至的压力与挑战，这些并不能吓倒一个优秀员工的雄心和创意。香港某集团的董事长在谈到成功的经验时说：“我之所以能有这样的发展，源于我凡事都愿意找方法解决。我认识很多企业界的成功人士，从他们身上我发现了一个共同的规律：最优秀的人，往往是最重视找方法的人。他们相信凡事都会有方法解决，而且是总有更好的方法。”

作为华人首富，李嘉诚的名字可谓家喻户晓、妇孺皆知。他之所以能成为华人首富，绝非偶然，从打工的时候起，他就是一个善于找方法解决问题的高手。

李嘉诚的父亲是位老师，他非常希望李嘉诚能够考个好大学。然而，父亲突然辞世，家庭的重担全部落到了仅有十多岁的李嘉诚身上，他必须靠打工来养家糊口，维持整个家庭的生存，也因此放弃了考大学的机会。

他先是在茶楼做跑堂的伙计，后来应聘到一家企业当推销员。干推销员最为重要的事情，就是怎样千方百计把产品推销出去。

有一次，李嘉诚去推销一种塑料洒水器，连走了好几家都吃了闭门羹。一上午过去了，仍然无人问津，如果下午还是毫无进展，回去将没办法向老板交代。

尽管推销得不顺利，他还是鼓足干劲，精神抖擞地走进了另一栋办公楼。他看到这栋楼的楼道上的灰尘很多，突然灵机一动，没有直接去推销产品，而是去洗手间，往洒水器里装了一些水，将水洒在楼道里。经他这样一洒，原来很脏的楼道，忽然变得干净起来。这样一来，立即引起了主管办公楼的有关人士的注意，一下午，他就轻松地卖掉了十多台洒水器。

在做推销员的整个过程中，李嘉诚十分重视分析和总结。一段时间之后，公司的老板惊奇地发现：李嘉诚跑的地方比别的推销员都多，成交的也最多。

李嘉诚是如何做到这点的呢？

原来，他将香港分成几个片区，对各片区的人员结构进行深入的分析，了解

哪一片区的潜在客户最多，有针对性地去跑，重点攻击，这样一来，他的成交量自然要比别人多。

纵观李嘉诚的奋斗历史，其实就是一个不断用方法来改变命运的历史。

在工作生活中，想完全避免问题无异于痴人说梦，关键就在于想办法解决问题。做一个不找借口找方法的人吧！面对问题，千方百计寻找方法，自然可以使问题得到圆满的解决。

没有任何借口

在毕业于西点军校的格兰特将军赢得了美国内战的胜利，开辟了美国历史的新篇章后，很多人开始寻找格兰特制胜的原因。格兰特将军做了美国总统后，有一次到西点军校视察，一名学生毕恭毕敬地对他说：

“总统先生，请问西点军校赋予您什么精神使您义无反顾、勇往直前？”

“没有任何借口。”格兰特的回答铿锵有力、掷地有声。

“如果您在战争中打了败仗，您必须为自己的失败找一个借口时，您怎么做？”

“我唯一的借口就是：没有任何借口。”

艾乐勃·赫巴德说：“这对我来说一直是个谜——为何人们用这么多的时间制造借口以掩饰他们的弱点，并且故意愚弄自己。如果用在正确的用途上，这些时间足够矫正这些弱点，那时便不需要借口了。”

比尔·盖茨也说：“一心想着享乐，又为享乐找借口，这就是怠惰。”任何人在任何时候都能找到“充分”的理由证明“失败与我无关”，即使对于关系到自身前途和命运的问题，我们也能够找出理由来为自己开脱。当我们以别人配合不利为借口时，其实就是在纵容自己的依赖心；当我们抱怨环境不好、机会难寻的时候，其实就是在姑息自己的懦弱和懒惰。

一个又一个的借口只会使我们的激情、热情和信心都退缩到阴暗的角落里，而自己的自私、怯懦、懈怠、懒惰等却披着借口的外衣堂而皇之地登上舞台。

懦弱的人寻找借口，想通过借口心安理得地为自己开脱；失败的人寻找借口，

想通过借口原谅自己，也求得别人的原谅；平庸的人寻找借口，想通过借口欺骗自己，也使别人受骗。但是，借口不是理由，找借口给人带来的严重后果就是让你失去胜任的机会，最终一事无成。

按轻重缓急处理事务

工作中，我们常常是这样，一会儿要复印，一会儿要接电话，一会儿要写个报告，报告写了一半又想起有个电话要打……这样琐碎而又繁忙的一天又一天，让人几乎崩溃。

人的时间和精力是有限的，如果你不会安排你的时间，不常在你的记事本上制定一个工作顺序表，你会对突然涌来的大量事务手足无措。

我们可以把事情按紧急和重要的不同程度，分为A、B、C、D、E五类：

A类：重要且紧急的事

这些是必须立刻或在近期内要做好的工作。例如，老板要你在明天早上十点以前提出一份报告、你的汽车引擎有堵塞的情形、生产前阵痛已经到了每3分钟痛一次。

现在，除非是这些情况都同时出现，否则你就能够处理它们。因此它们的紧急和重要性，要比其他每一件事都优先。如果拖延是造成紧急的因素，则现在已经不能再拖延了。在这些情形下，时间管理就不会出什么问题了。

B类：重要但不紧急的事

对这一类工作的注意，可分辨出一个人办事有没有效率。

我们的生活中，大多数所谓重要的事情都不是紧急的，我们可以现在或稍后再做。在很多情形之下似乎可以一直拖延下去，而在太多的情形下，我们确实这样拖延着。这些都是我们“永远没有着手”的事情。

这些工作都有一个共同点：尽管它们具有重要性，可以影响到你的健康、财富和家庭的福利，但是你如果不采取初步行动，它们可以无限期地拖延下去。如果这些事情没有涉及别人的优先工作，或规定期限而使它们成为“紧急”，你就永远不会把它们列入你自己优先要办的工作。

C类：紧急但不重要的事

这一类是表面上看起来极需要立刻采取行动的事情，但是如果客观地来审视，我们会把它们列入次优先级里面去。

例如，某一个人要求你主持一项筹集资金的活动、发表演讲或参加一项会议。你或许会认为每一个都是次优先的事情，但是有一个人站在你面前，等着你回答，你就接受了他的请求，因为你想不出一个婉拒的回答。然后因为这件事情本身有期限，必须马上去做，于是第二类的优先事情就只好向后移了。

D类：既不紧急也不重要的事

很多工作只有一点价值，既不紧急也不重要，而我们常常在做更重要的事情之前先做它们，因为它们会分你的心——它们提供一种有事做和有成就的感觉，也使我们借口把更有益处的第二类工作向后拖延。

如果你发现时间经常被小事情占去了，你就要试一下学会克服拖延。

E类：纯属浪费时间的事

不要在上班时间去那些纯属浪费时间的事，如果你那样做了，势必影响工作的效率。

平时工作中，我们要先做A、B类，然后做C类，少做D类，千万别做E类。方向重于细节，策略胜于技巧。始终抓住“重要”的事，才是最优化的时间管理、最能节约时间的方法。A、B类事务多了，C、D类事务自然就少了，E类事务就杜绝了。这样你就会越来越有时间，越来越有效率，越来越没问题。

如果你感到每天都在毫无章法地忙于琐事，不妨根据事情的轻重缓急，制订出一个计划来。这个计划可以每天早上来制订，先制定一个顺序表，然后再加上一个进度表，实行一段时间之后，你就会发现你的工作状况大有改观。

责任胜于能力

工作中随处可以看到这样的人，他们没有一点责任心：他们似乎只有等到别人强迫他们工作时，才会去工作。他们从来没有真正考虑过，自己体内到底有多少智力与体能。遇到任何事情，他们似乎都是以敷衍的态度，用极少的精力做漫

不经心地处理。结果可想而知，他们怎能得到别人的好评？他们的工作怎么能干好？怎么能成功？

在那些不负责任者的眼里，仿佛世界上一切好的位置、一切有出息的事业，都已人满为患。不负责任的人无论走到哪里，都不会有立足之地，没有人需要他们。社会的各行各业都急切需要那些负责任、肯努力奋斗、有主张有见地的人。一个富有思想和判断力、具有创造力、对工作负责的人，随处都可以立足，在哪里都有希望成功。而另外一些不愿负责任、只会埋怨机会太少的人，是一辈子都不会有出息的。只有那些不负责任者才会一天到晚埋怨没有事可做，而那些对自己的力量有把握、自信能获得好位置的人，从来不会到人家面前去诉苦，他们始终晓得，对工作负责任才是成功唯一的路。

人生是一个过程，这个过程的伟大之处在于它的宽度，而不在于它的长度。浑浑噩噩、碌碌无为地在世间逗留七八十年，其意义还不及为他人带来光和热的彗星般人物的稍纵即逝。有人说，每个人临世时都只是一张白纸，然而在这张白纸上留下的是平淡无奇还是绚丽多彩，就需要每个人各自去努力。时时为自己负责，自己的人生才会有丰富的蕴涵。

历史上诸多的英雄，都是在危难之时勇于承担责任而被人民拥护的，这样的例子举不胜举。很明显，如果你是一个想在事业上有所成就的员工，那么你就必须要从身边、从无数的小事开始，承担任何正常职业生涯中的责任，这样你就可以比其他他人完成得更出色，你就会成功！



彼得定律告诉你：给社会新鲜人的忠告

有一位公司总裁说：“这个世界有两个部分——有意义和无意义，你的工作就是找到有意义的答案。”投入到就业的行列，每个人多少都有自己预设的目标。

刚开始到公司工作，你最想知道的一定是薪水、福利、组织结构、营业性质、运作方针、同事是否好相处、上司是否和蔼等问题。有些事情不是短时间内就可以得知的，例如上司的性格、工作的障碍等，有些事却是刚踏入公司大门就必须打听清楚的，例如薪水、福利、公司的营业内容。

8 彼得定律：让自己做到胜任

我们常听到某人误信报上不实广告：月入数万、储备干部免经验……而前往应聘，到公司才知道原来从事的是保险、直销、期货、推销甚至色情等工作，与原先所希望的工作相差十万八千里。所以，一旦决定到公司上班，之前就得事先了解公司是否合法及相关的营业政策。否则，等到工作一段时间才发现自己上当而大呼荒废时光已经太晚了。

《我们都是自己的老板》这本书的作者强调，如果你希望从工作中得到满足，你必须妥善规划你的职业生涯：找出下一步怎么走，学习必要的技能，积极追求自己的目标。老板是不会为你做这些事情的。正如有句俗话所说：“对方是老板，不是你老妈。”

以下这些建议或许能给你一些帮助：

1. 要有面对不愉快的心理和准备

正如《心灵地图》一书中所指出的——“生活不容易”，工作也一样——即使是你所喜欢的工作也是如此。幸运的上班族，会对各种的不愉快淡然处之，时时想起甜美的一面（就和人们对婚姻的建议一样）。

2. 不断学习

想要有“健康”的事业，你就得让自己不断汲取新知。我的方法是：每个月读一本加强技能或观点的书，多和真正乐在工作中的成功人士相处。

3. 爱你所爱

有些人的确很幸运，可以将自己喜欢做的事情当作事业；但是对大部分的人来说，问题就比较多。我们必须想办法“喜欢”我们正在做的事。其实，这也不难；只要把公司交付的工作，当作你自己的任务，不要老想着应付工作要求，同时设法在工作中满足自己的需要。当你觉得自己已经有所成长，也学到东西之后，继续追求下一次的成长和学习机会。

有一位银行家说，在决定投资一项事业前，最重要的是“热情”。对你而言，也应该如此。激发你对每一项工作的热情，别受不愉快的心情所影响，并且通过不断的学习维持这股热情。这样，你便为你的职业生涯招来了宝贵的投资。

9

破窗效应：

第一时间修复问题漏洞

【美国斯坦福大学心理学家菲利普·辛巴杜进行了一项实验：他找来两辆一模一样的汽车，把其中的一辆停在中产阶级社区，而另一辆停在相对杂乱的纽约布朗克斯区。他把停在布朗克斯的那辆车的车牌摘掉，把顶棚打开，结果当天车就被偷走了。而放在帕洛阿尔托的那一辆，一个星期也无人理睬。辛巴杜用锤子把那辆车的玻璃敲了个大洞。结果几个小时后车就不见了。由此实验得出“破窗效应”的理论：如果有人打坏了一幢建筑物的窗户玻璃，而这扇窗户又得不到及时的维修，别人就可能去打烂更多的窗户。破窗效应在生活中很常见，清洁的墙面被人乱画几笔，如果不及时粉刷，很快就会一塌糊涂；街道一角有人丢了垃圾，如果不及时清除，很快就会垃圾成堆……

破窗效应提醒我们的是：及时矫正和补救正在发生的问题。】

为什么脏乱差的城市犯罪率较高

在一大户人家门前的路两旁摆满了鲜花，很长一段时间都很整齐，花也开得很鲜艳。可是有一天，一个过路的女孩看见花好看，就顺手摘了一朵。渐渐的，摘花的人就越来越多了，后来干脆有人把花盆一起搬走了……

早晨上班时分，路口人流如织，等红灯的人们焦急地望着交通信号灯，终于有一个性急的小伙子等不及了，开始横穿马路。在这种情况下，如果交警或协警不制止他，其他人就会像潮水一样紧跟其后，视红灯若无物。

在干净整洁的广场上，你不好意思随手丢弃纸屑或烟头，而是四处寻找垃圾箱。如果是一地污物，满阶尘土，你会毫不犹豫地将烟头弹出一个漂亮的抛物线，任其跌落。

一面洁白的墙上，如果出现了第一个“办证”的涂鸦，在不能及时清除的情况下，这面墙很快就会长满“牛皮癣”。

环境既有约束力也有诱导性，个体的行为在无约束的情况下，会引起多米诺骨牌效应，犹如蚁穴之不掩，会造成大堤溃决。社会学家将这种现象称之为“破窗效应”。

破窗效应在我们的生活中还有很多。比如，桌上的财物、敞开的大门，可能使本无贪念的人心生贪念；对于违反公司程序或廉政规定的行为，有关组织没有进行严肃处理，没有引起员工的重视，从而使类似行为再次甚至多次重复发生；对于工作不讲求成本效益的行为，有关领导不以为然，使下属员工的浪费行为得不到纠正，反而日趋严重；在公交车站，如果大家都井然有序地排队上车，不可能会有不顾众人的文明举动和鄙夷目光而贸然插队的，相反，如果人们你拥我挤，争先恐后，没有秩序，最终会乱成一团，后果可想而知。在公共场合，如果每个人都举止优雅、谈吐文明、遵守公德，往往能够营造出文明而富有教养的氛围。

另外，还有比如“小洞不补，大洞一尺五”，“破罐子破摔”，“千里之堤，溃于蚁穴”等俗语，也是破窗效应的一种反映。

在破窗效应的影响下，人们会置身于一种无序的状态。结果在这种公众麻木

不仁的氛围中，犯罪就会慢慢滋生繁荣，难以得到有效遏制。

因此对于一个城市而言，如果政府希望降低犯罪率，首要的举措就是改善城市的环境状况。18世纪的纽约以脏乱差闻名，环境恶劣，犯罪猖獗，地铁的情况尤为严重，是罪恶的滋生地，平均每7个逃票的人中就有一个通缉犯，每20个逃票的人中有一个携带武器者。1994年，布拉顿就任纽约市警察局局长。为了有效地遏制犯罪，布拉顿对纽约的环境状况进行了大力度的改善。他从地铁的车厢开始治理：车厢干净了，站台跟着也变干净了，站台干净了，阶梯也随之整洁了，随后街道也干净了，然后旁边的街道也干净了，后来整个社区干净了，最后整个纽约变了样，变整洁漂亮了。随着环境的改善，渐渐地，纽约成为全美国治理最出色的都市之一，这件事也被称为“纽约引爆点”。

未雨绸缪，采用预防性管理

先看下面这个故事：

英国有一家规模不大的公司，以极少炒员工鱿鱼而著称。

某一天，资深车工汤姆在切割台上工作了一会儿，就把切割刀前的防护挡板卸下放在一旁。没有防护挡板，虽然埋下了安全隐患，但收取加工零件会更方便、快捷一些，这样汤姆就可以赶在中午休息之前完成三分之二的工作了。

不巧的是，汤姆的举动被无意间走进车间巡视的主管逮了个正着。主管雷霆大怒，令他立即将防护板装上，并把汤姆的一整天工作作废。第二天刚上班，汤姆就被通知去见老板。老板说：“身为老员工，你应该比任何人都明白安全对于公司意味着什么。你今天少完成了零件，少实现了利润，公司可以换个人换个时间把它们补起来，可你一旦发生事故，失去健康乃至生命，那是公司永远都补偿不起的……”

离开公司那天，汤姆流泪了，工作了几年时间，有过风光，也有过不尽如人意的地方，但公司从没有人对他说不行。可这一次不同，汤姆知道，这次碰到的是公司灵魂的东西。

在实际操作管理中，管理者必须高度警觉那些看起来是个别的、轻微的，但

触犯了公司核心价值的“小的过错”，要及时修好第一扇被打碎玻璃的窗户，只有这样才能防止更大损失的发生。

美国学者菲特普曾对财富五百强的高层人士进行过一次调查，高达80%的被访者认为，现代企业不可避免地要面临危机，就如人不可避免地要面临死亡，14%的人则承认自己曾面临严重危机的考验。

一般说来，企业危机是指在企业内部矛盾、企业与社会环境的矛盾激化后，企业已不能按照原来的轨道继续运行下去的紧急状态，表现为失控、失范和无序。

如今，日益激烈的竞争，充满变数的非直线性发展的外部力量的变化，彻底打破了经验主义者理想的思维方式，如果仅仅依靠并沿袭往日成功的经验来经营企业，将会在不知不觉中铸成危机。局部的、组织的甚或个人的行为，均可能演化为企业的威胁。危机一旦降临，企业将可能面临的主要后果有：利润降低；市场份额减少，失去市场甚至导致破产；商业信誉被破坏，形象、声誉严重受损等。

在实际工作中，有一种叫“预防性管理”的思想，认为要想避免管理中不想要的结果出现，就要在事情发生前，采取一些具体的行动。所以，当危机即将到来时，在还未出现“破窗”现象时，我们就要首先做好预防准备。以下两点可以作为我们的参考：

1. 树立危机意识

从主观上来看，没有人希望危机出现，俗话说“天有不测风云，人有旦夕祸福”。无论是天灾还是人祸，危机都有可能发生。尽管天灾无法避免，但如有应急措施，可将损失降到最低限度或限制在最小范围；而人祸是可以避免的，关键取决于企业管理者是否重视对人祸的预防，是否有较强的危机意识。所谓树立危机意识，就是在危机发生前，对危机的普遍性有足够的认识，面对危机临危不惧，积极主动地迎战危机，充分发挥人的主动性和创造性。

2. 做好危机的预控

危机预控是在对危机进行识别、分析和评价之后，在危机产生之前，运用科学有效的理论及方法，来防止危机损失的产生、增加收益的经济活动。企业可采取回避、分散、抑制、转嫁等有效措施的有机结合，通过互相配合、互相补充，达到预防和控制危机的目的，在自我发展的同时稳定整个社会的经济秩序。

中国有句古话：“人无远虑，必有近忧。”作为企业更当如此。既然有些“破

窗”不可避免，企业就应时时绷紧“破窗”这根弦。只有防范“破窗”于未雨绸缪，才能修补“破窗”于旦夕之间。平时多一些“破窗”意识，多制定几套对付各种可能出现的“破窗”之策略，“破窗”来临时就会镇定从容得多，相对于没有“破窗”意识和未制定“破窗”策略的企业而言，本身就已经赢得了时间差。

反破窗效应：众为而势强

5.12 汶川 8.0 级大地震，震撼了全世界，造成巨大的人员伤亡和财产损失，面对大灾难，中华儿女没有退缩和畏惧，在中国共产党的领导下，以全心全意为人民服务为奋斗宗旨，把人的生命置于最高的价值地位，团结起来，共同承担起与这场特大的灾害作斗争的任务。在这场伟大的抗震救灾运动中，中华儿女上演了一幕幕生与死、血与泪、喜与悲的真实故事。

为了给震区的人民解决生活问题，全球各界纷纷伸出援助之手，捐钱捐物，哪怕是一块钱、一件棉衣，都表达了为灾区人民送去温暖的感情，缓解了他们目前的困境，散发出来的人性光辉，令人觉得分外亲切、温暖。

这说明，只要人人都献出一份爱，世界将变成美好的人间。

刘备曾教导儿子刘禅说：“勿以善小而不为，勿以恶小而为之。”善良是一种巨大的力量，任何力量都不如善良的力量大。善良并不体现在礼物上，而在于一个人诚挚的内心。有的人能从钱包里掏钱出来送给别人，但他的心却冰冷漠然。用钱财表现出来的好心不仅不可靠，而且往往会带来负面影响。我们如果常存乐善好施、成人之美的好心，这个世界又会减少多少忧伤和怨叹。

公园里，一个孩子正将手使劲伸向湖里。一个大人路过时看见了，急忙上前拉住孩子，并劝阻说：“你不知道这样很危险吗！”孩子指着湖中的一个只咬了一口的苹果说：“我的苹果掉湖里了。”大人说：“苹果掉进湖里了还可以再买！”可孩子却说道：“苹果腐烂了会污染到湖水的，苹果可以再买，可是清澈的湖水却是买不到的。”大人听了惭愧不已，于是便找来一根竹竿和孩子一起将苹果捞上湖岸。

从这个生活中的小故事引申开来，如果你发现身边的水龙头没关好，你是装

9 破窗效应：第一时间修复问题漏洞

作视而不见还是主动伸手关掉水龙头？当你的身边有碎纸屑时，你会主动捡起来还是继续再扔一张碎纸屑，任由纸屑越积越多？其实，在平时我们只需举手之劳，就可以让身边的环境变得更好。勿因善小而不为，即便是一点一滴的小事也有它不可忽视的价值和意义。

一个人的力量是有限的，把每个人的力量聚集起来就能变成强大的力量。

有句话说得好：众人拾柴火焰高。众志成城，齐心协力，两个以上的人结合、共同成长、同心一致、互相合作，这是事业及人际关系成功或失败的要素与秘诀。

能够把别人的心结合在一起，就能达到众为而势强的结果。在管理领域，每一位领导者都有自己的方法，让追随者合作。历史上知名的政治人物、商业巨子的例子俯拾即是。

如果团体中有一分子表现出极度否定、排斥的态度，就不可能紧密结合。肯定的心与否定的心无法结合，许多有才干的领导者忽视这项事实，而遭到挫败。

人脑就像电池一样，能量耗损之后，使人变得无精打采，畏缩不前，此时就必须充电。随时保持头脑的活力，定期与其他精力充沛的人接触，互相充电。与智慧相当或更有智慧的人接触，能够激励我们的智慧，同样的，与消极的人来往，则令人消沉与怠惰。

和谐地结合在一起的心非常重要。同样的原则，帮助我们激发解决问题与压力的能量，发挥足够的制胜力量。当所有人的内心都受到鼓舞，温暖起来，就能增强凝聚力，真正结合在一起，使集体的力量充分发挥出来。这也正是“众为而势强”反破窗效应的一个直接反映。



破窗效应告诉你：杜绝隐患的8个细节

对于企业管理来说，“破窗效应”的隐患时刻存在着，对企业的形象塑造、企业管理、文化建设等多方面都有着重要的启示和意义。

1. 注意塑造和维护在社会公众中的良好形象
2. 打造良好的产品品牌和服务品牌，
3. 对客户意见、抱怨、起诉、建议等要认真对待、及时反馈，

4. 企业的社会责任意识关系着企业在社会公众和企业员工中的整体印象、评价、知名度和品牌美誉度。

5. 一旦发现“破窗”就应果断采取危机管理措施。

6. 从传播角度防范“破窗”，因为不满意客户的影响通常要远远大于满意客户的影响。只要有1个客户不满意，企业的品牌美誉度就变成零。

7. 在企业文化管理上防微杜渐，坚持企业核心理念和基本原则不动摇，对于触犯企业价值观的原则性问题绝不姑息、纵容。

8. 提防网络信息放大效应。企业一旦有了“破窗”式的负面消息，会通过网络迅速传遍全世界。因此，当代企业更应慎重，谨言慎行，勿以善小而不为，勿以恶小而为之。

10 奥赛罗效应： 别让爱演变成可怕的“占有”

【莎士比亚著名悲剧《奥赛罗》中的主人公——奥赛罗，因怀疑妻子有外遇，就将爱妻活活掐死。这不是戏剧上才有的情节，在现实生活中也在不断上演着类似的悲剧。

一个因怀疑妻子背叛而杀害妻子，另一个因追求女子遭拒而杀害女子，都是男人被占有欲冲昏了头脑而干的傻事。“她是我的，只能和我在一起，我得不到，别人也别想拥有。”男人的想法就是宁肯折断它，也不让它落入别人之手。这种“爱”是极端自私的占有。

由此得出的奥赛罗效应，是指男人在情感受挫时，往往直接或间接地向所爱的女人进行报复的倾向。它与男性为主的社会心理有直接关系，若能对其有所了解，可以帮助人们及早发现并防备男人的攻击行为的先兆，从而加强防范。】

即便得不到，也没必要毁掉

为什么丈夫怀疑妻子对自己不忠时，总是想着如何报复妻子，而不是报复那个与妻子有染的“奸夫”呢？这就是典型的奥赛罗效应，男人在情感受挫时，一般倾向于向自己爱的女人实施残忍的报复。他们认为是妻子或女友背叛了他们，那么她们就应该为这背叛付出代价。女人在发现丈夫或男友对自己不忠时，却往往对男人很宽容，而是把怒火全都发泄到作为“第三者”的女人身上。这就再一次证明了男人的占有欲和女子的从属地位。女人还是男人的私有财产，留与毁全由男人说了算。

奥赛罗效应之所以还如此盛行，就是因为这个社会还是一个以男性为主的男权社会。特别是中国，男人为天的思想依然没有多少改变。社会舆论对于这种事情，也没有起到积极的指导作用，甚至有推波助澜之嫌。当妻子背叛丈夫而被丈夫所害时，大家往往不是同情妻子，而是义愤填膺地为杀人凶手呐喊助威：“谁让她不守妇道的，死了活该！”“娶了这种女人真是倒霉！”这种反应，只能助长奥赛罗效应更加盛行。

因此，道德评判与舆论引导一定要正确，无论是什么原因，杀人总是罪大恶极的行为，奥赛罗效应也必须得到遏制。退一步想想，人海茫茫，大家能够走到一起就是一种缘分，而缘分究竟能否天长地久，要看两个人共同的努力程度。如果一方中途放弃或背叛，那两个人既可以从形同路人，也可以淡化为朋友，完全没必要走极端。要知道，自己得不到对方，即便是将其毁掉，自己仍然是得不到。既然如此，又何必非要将对对方毁掉呢？

“转移”：一种攻击性心理防御机制

在一些刑事案件中，一男子被前女友抛弃后，对前女友的仇恨便转变成了报复心理，频频报复那些素未谋面的陌生女子，对这些女子造成程度不同的身心伤

害。按理说“冤有头，债有主”，男子只是对前女友有恨，为什么要把恶气出在那些无辜的女子身上呢？在心理学中，男子的这种心理被解读为攻击性心理防御机制的一种：“转移”。

转移是指原先对某些对象的情感、欲望或态度，因某种原因（如不符合社会规范、具有危险性或不为自我意识所允许等）无法向其对象直接表现，而把它转移到一个较安全、较为大家所接受的对象身上，以减轻自己心理上的焦虑。比如，一个上班族因为在公司里受了客户和老板的气，回家后便对妻子和孩子无端指责，将怒火发在他们身上，这种行为便是转移的一种表现。人们除了转移负面的情绪和情感外，也会把自己的正面情绪和情感转移到其他客体上，有的父母经历了丧子的伤痛后，便对于孤儿院的孩子格外关爱，经常去看他们，为他们带去很多礼物，像对待自己的孩子一样对待那些孤儿，在这个过程中，便发生了正面情感的转移。

转移有很多种，有替代性对象（或目标）的转移、替代性方法的转移、情绪的转移等。例如：有一对夫妇因感情不睦而协议离婚。离婚后一女一子归父亲抚养，但父亲因工作关系，将其子女寄养在台湾南部祖父母家中。祖父母对待男孩的态度非常严格苛刻，常常无缘无故地打他，而对女孩则完全不一样，疼爱有加。致使男孩心中不平而离家出走，后经其父寻回但仍寄居在祖父母家中，但回到祖父母家中后，男孩即开始出现破坏家中物品，且割破自己衣物、自残等行为。后经家族治疗，发现其祖父母对男孩的母亲坚持离婚致使家庭破裂，心生不满，而在不知不觉间将不满之情绪发泄到长得像母亲的男孩身上。此例中，祖父母使用了替代对象的转移法（如祖父母将对男孩的母亲之不满移至男孩身上），情绪性的转移（如祖父母严格苛刻地对待男孩），而男孩则使用了替代性方法的转移（如以自残之内向攻击来达到直接攻击的目的）。

采用“转移”这种心理防御机制，如果使用得当，可以有助于个体从一些挫折和痛苦的经历中重新振作起来，但是如果发生了恶性转移，将对某个人的恨意转移到其他的无辜的人身上，则会对个体以及社会造成极大的危害。社会上所爆发的一些暴力事件，有一部分便是由于发生恶性转移所造成，比如有的人因为经历失恋事件，便残害那些无辜的年轻女子，这种转移最终演变成极为恶劣的凶杀事件。

包容爱，才会享有爱

有位太太的先生是知名的企业家，对她百依百顺，以世俗人的眼光看起来，她很幸福。而物质生活的富裕，使她看起来是幸福中的幸福人。但她仍觉得很苦，看到一个朋友时，却哭得很伤心，朋友问她：“你有什么不满意呢？”

她说：“你不知道啊！他最近变得冷淡，使我痛苦、不满。”朋友劝她说：“到底你要追求多少感情才满意呢？不要太强求，感情如同一个球，愈硬碰，它跳得愈高愈远。”

她问：“那要如何解决呢？”

朋友回答道：“放宽尺度，你爱的范围太狭窄了，犹如把感情当成一条绳子，缚得他对你产生敬而远之的心理，才使你那么痛苦。你应该以柔和的感情来宽容他的一切，不要以占有欲、威力来加在感情上面，否则先生表面又顺又爱，但内心却又烦又畏，也就难怪他会对你有欺骗的行为。你若能把爱扩大到去爱他所爱的人，他一定会感谢你，同时也更珍惜这份感情中的恩情，因为你所给予他的爱是那么的自在。人的感情就像是熔炉，只要你多给他宽大的爱，满足他的感情，再冷再硬的心也会被它熔化……”

的确，爱情是一种不应计较回报的付出，而不是无时无刻的索取。如果希望自己的付出得到同样的回报，那么到最后得到的或许是苦涩的果实。因为彼此对回报的定义并不在统一的见解上。爱一个人，就是无条件地付出，哪怕最后落得伤痕累累，也不会感到后悔，这才是爱的最真实表现。

爱情也是包容。夫妻之间最重要的基础是宽容、尊重、信任和真诚，即使对方做错了什么，只要心是真诚的，就应重过程重动机而轻结果，夫妻的恩爱、宽容是善待婚姻的最好方式。

当我们发现我们已经能够容忍我们的爱人的一切的时候，那说明我们已经懂得爱、付出爱、承受爱、拥有爱。当然，包容并不等于纵容。包容是用心去拥抱爱情，而纵容只能令爱情陷于万劫不复之地。因此，爱情不会只是风平浪静的相处，有爱的日子也会有磕磕绊绊、吵吵闹闹，而我们就在这些磕磕绊绊中修补我们的爱情，我们就在这些吵吵闹闹中看到彼此的不足，然后不断修补爱情的漏洞，能走

过磕磕绊绊的爱情就能坚持到最后。我们或许可以把爱情比作一瓶酒，爱情这酒必须有它的烈度，这就是轰轰烈烈的爱恨交集。但是，太烈的酒喝多了会伤身体，同样，爱情不是轰轰烈烈后就完事，它需要持之以恒，所以爱情的浓度更令人心醉，如酒，越陈越香，越陈越耐喝。

每一个人的性格中，都有你不能容忍的部分。爱护每一支玫瑰，并不是得努力把它的刺根除，而是学习如何不被它的刺刺伤。

百年夫妻前世缘，相敬相惜共长久

一个中年男人有了外遇，十分头疼，深夜来寺里拜访佛。

人：圣明的佛，我狂热地爱上了另一个女人，真不知该怎么办？

佛：你能确定你现在爱上的这个女人就是你生命里唯一的最后一个女人吗？

人：是的。

佛：那么你离婚吧，然后娶她。

人：不能。我现在的爱人帮我一起打天下，她还没有享受过一天，我现在抛弃她是否有一点残忍？

佛：在婚姻中，没有爱才是残忍和不道德的。你现在已不爱她了，这样做不必受良心谴责。

人：可是我老婆很爱我，真的很爱我。

佛：那她就是幸福的。

人：我要另娶他人，她怎么会是幸福的呢？

佛：她还拥有对你的爱，拥有的就是幸福的。而你在婚姻中已失去对她的爱，所以痛苦的人是你。

人：可是她失去了我，她会痛苦的。

佛：你错了，她在婚姻中的真爱从没有失去过，所以，她是幸福的。

人：不，她决不会去爱别人的，即便我离婚。她说过今生只爱我一个。

佛：你也对她说过这样的话吧？

人：我……我……

佛：看你面前香炉里的两根蜡烛，哪根最亮？

人：不知道，一样的亮。

佛：这两根蜡烛就好比是两个女人。你连哪根最亮都不知道，为什么又能确定你现在爱的女人就是你生命里唯一的最后一个呢？

人：我……我……

佛：你现在拿一根蜡烛放在你的眼前，用心看看哪根最亮？

人：当然是眼前的这根最亮。

佛：所谓爱由心生。当你感觉你爱她时，你用心去看，就觉得它最亮；当你把它放回原处，你却觉得不亮。

人：哦，我懂了。我的老婆才是我最爱的。

我国自古在夫妻关系上强调婚姻是合两性之好，夫妻间举案齐眉、相敬如宾。《诗经·小雅·常棣》上说：“妻子好合，如鼓瑟琴。”意思是说，夫妻应如琴瑟一样相互和谐，共同演奏生活的乐章。

现代的爱情撕碎了古典爱情的浪漫面纱，裸露在我们面前的全是一些性、欲望和对权力、地位以及事业成功的渴望；现代人对爱情总是小心翼翼，不求天长地久只求曾经拥有，乍一听起来似乎爱情至上，可细一品味却是另一番滋味。很多年轻的人们再也无法把握自己的情感，无法保证这份感情会持久，只要曾经拥有也就不枉此生了。潇潇洒洒中隐隐透出的却是一丝丝的无奈和落寞。那种生生死死、刻骨铭心、非你莫属、荡气回肠的爱情，已经失落得少之又少。

用心享受你现在所拥有的生活，珍爱你的爱人，把握住看似寻常但却实实在在的爱。比如，在冷冷的冬夜里爱人给我们递上的一杯热咖啡、春暖花开时彼此相视的那种满满的笑意，自在，而且自得。拥有的就是最好的，那样才能让我们心情舒畅、愉快幸福！

婚姻中会出现许多意想不到的状况，痛苦、磨难、坎坷、艰辛，都要互相勉励，互相支持，互相祝福，共同承受生活中的一切，即使平淡、朴实也幸福、快乐。别等待爱人为自己做什么，不要总想着等待别人先付出，自己应该学会体贴他、爱护他、鼓励他，只有这样，两个人的心才会贴得更紧。

很多人只是我们生命中的过客，很多人最终会离你而去，而能够陪伴你终生的人却是你丈夫，与他分享人生的每一个瞬间快乐吧。与爱人共患难，同甘苦，

10 奥赛罗效应：别让爱演变成可怕的“占有”

共同享受美好人生。

爱情就是两个人的相濡以沫，长相厮守，有爱的人会觉得一切都是甜蜜的。每天早晨起床时，能看见自己的爱人就在身边，看着爱人忙忙碌碌的身影；能在有星星的夜里，和爱人缱绻星光下，数数天上的点点繁星，细述心中的份份情谊，那就是一种幸福，虽然很简单，但是很实在。爱情，就是当我们生病时，爱人给我们递上的一杯开水、几粒药丸，还有充满关怀与爱的眼神……这样，我们就无药自愈了。

懂得了这些，我们便不再对“得不到”而过分关注，珍惜“已拥有”才是我们应有的态度。

生命是有限的，成为夫妻更是前世修来的难得的缘分，同心携手共度人生才是真爱。拥有美满的婚姻，并懂得珍惜，才是一生中最大的幸福。



奥赛罗效应告诉你：容易犯奥赛罗错误的星座男

爱情是种很玄妙的东西，有时也是种很危险的东西。不小心爱错了人，会让你生不如死。痴情也好，专一也罢，有些男人是无论如何也碰不得的。他们痴情、专一到让你害怕，得不到就毁了你，谁遇上这样的人不害怕？所以，恋爱时一定要挑好了，千万不要做出让自己后悔不已的决定。

下面，我们一起来看看哪些星座的男人是那种可怕的类型，给自己打打预防针吧！

第一名：天秤男

天秤座的男人是非常要求公平的，他爱上一个人，会真心为对方付出。在恋爱中他会不断地让步，不断地调整自己去适应对方。可是当他不断让步到已经失去自己的时候，你抛弃了他，他会认为他的人生已经被你扭曲了，他可能就要讨回公道，你欠他多少，他可能就要讨回多少。天秤座很重视自己的名声，所以他损害对方不一定用暴力，很有可能是利用舆论的压力，让对方名声毁坏。

第二名：双鱼男

双鱼座的男人，敏感温柔，也会给人花心的错觉。其实他不是花心，而是害

怕受伤而从来不敢把心放在一个女孩子的身上。他很清楚自己一旦爱上了或者是一旦决定了对象，就情不自禁地为对方付出一切真情，这一生都跟着这个女生的情绪高低起伏。如果他精挑细选的对象背叛了他，或者跟他共度一段时间后抛弃他，双鱼座的男人会完全无法接受，他可能会崩溃，而且可能会损害对方。

第三名：天蝎男

天蝎座的男人冷静果断，他是可以和平分手的，因为他知道不爱了强在一起也没意思。但是，天蝎男很怕无理取闹的人，而且他如果拥有一定的财富和地位，可是对方竟然威胁到这部分，损害他的人生时，他可能会为了自己的生存而损害对方。

需要指出的是，上述内容只是根据其星座特点进行的一种推测。爱情是两个人共同经营的结果，如果爱已失去，是好合好散，还是鱼死网破，与两个人采取的分手策略和态度有着密切的关系，具体还要当事人慎重去把握。

II

因果定律： 任何成功都不是偶然的

【因果定律是由著名哲学家苏格拉底提出的，又称为因果法则，指无论哪一方面的成功或失败都不是偶然的，而是有着一定的因果关系的必然，即每个结果都有特定的原因。种瓜得瓜，种豆得豆，就充分说明了因果定律。因果定律说明的是，发生在你生活中的任何一件事情的结果，必定有一个或多个与其相伴而生的原因。如果生活中你为自己设定了想要得到的结果，你就需要懂得用什么样的方法去得到这个结果，并为这个结果不停地努力、付出。因果定律可以说是一个自然规律。】

付出就有收获，努力总有回报

农夫在地里种下了两粒种子，很快它们变成了两棵同样大小的树苗。第一棵树开始时就决心长成一棵参天大树，所以它拼命地从地下汲取养料，储备起来，滋润每一枝树干，盘算着怎样向上生长，完善自身。由于这个原因，在最初的几年它并没有结果实，这让农夫很恼火。

相反另一棵树，也拼命地从地下汲取养料，打算早点开花结果，它做到了这一点。这使农夫很欣赏它，并经常灌溉它。

时光飞转，那一棵很长时间都不开花的大树由于身体强壮，养分充足，终于结出了又大又甜的果实，而那棵过早开花的树却由于还未成熟时，便承担起了开花结果的任务，所以结出的果实苦涩难吃，并不讨人喜欢，相反却因此而累弯了腰。

有积累，才会有收获。急于求成的结果只会导致最终的失败。为什么要讲究自然，讲究水到渠成？因为这符合因果定律。

有的人在一生中功成名就，有的人在一生中却功败垂成。为什么会出现两种截然不同的结果？那些失败者常常怨天尤人，将失败的命运归结为运气差；而成功人士在总结经验时，却会将最重要的一点——个人努力放在第一位。个人的成功是与自身的努力分不开的。吃得苦中苦，方为人上人。这个道理恰恰反映了因果定律的本质。

除此以外，“一分耕耘，一分收获。”“种瓜得瓜，种豆得豆”“付出就有回报”等等，也充分体现了因果定律的真谛。

只有辛勤耕耘、矢志不移的人才能获得成功。这是大多数成功者总结出来的成功法则。

任何一种结果的出现都不是偶然的，如果你像那些成功人士一样，曾做了大量卓有成效的工作，那么你必定会得到和成功人士同样的结果，这是因果定律发挥了作用。

当你环顾生活中的各个方面，你会发现健康、收入、业绩、事业、家庭、人际关系……一切都是过去耕耘的因所带来的果。

11 因果定律：任何成功都不是偶然的

世上的任何事情都遵循着因果定律。果酝酿在因中，因成就了果。如果你想拥有财富，你必须掌握如何赚钱的方法，并尽全力付出，这样你才有可能实现发财梦。如果你想拥有智慧，你就必须播下知识的种子，这样你的脑中才会盛开智慧的花朵。

爱默生说：“从事工作，你将拥有权力，但不工作的人，将没有权力。”所以，你要得到，就一定要先懂得付出，努力把每一件事情做好，这样你才能得到丰厚的回报，付出越多，收获就越多。

找出问题的原因

雨后，一只蜘蛛艰难地向墙上那张已经支离破碎的网爬去。由于墙壁潮湿，每当它爬到一定高度，就会从高高的墙上掉下来。它一次次不停地往上爬，一次次地掉下来……

这时正好有三个人经过这里。

第一个人看到了，他说：“这只蜘蛛真蠢，从旁边干燥的地方就能爬上去，我以后可不能像它那样愚蠢。”于是，他开始聪明起来。

第二个人看了，他立刻被蜘蛛这种不屈不挠、屡败屡战的精神打动了，并从中得到启发，对自己说：“我要像蜘蛛那样。”于是，他变得顽强起来。

第三个人看见了，他叹了口气，自言自语道：“我一生不正如这只蜘蛛吗？忙忙碌碌而一无所得，有什么意思呢？”于是，他变得日渐消沉。

为什么这只蜘蛛会不断地往上爬？为什么三个人对蜘蛛的态度有这么大的差距？

假如我们对人的一生中所说的频率最高的话做一个总结，那么“为什么”一定是其中出现频率最高的一句话。原因是人类天生就有追求事物发展精确性的需求，这是我们人性中天生的一部分，谁也无法摆脱。

在心理学中，关于“为什么”的问题有一个专业名词，叫作“归因”，也就是我们常说的“找出问题的原因”。对于生活中的很多事情，你一定有很多疑问，比如为什么我没有像某个大学同学一样成功？为什么至今没有遇到心仪的对

象？为什么某个同事似乎比我更能讨取上级的欢心？人们在产生疑问后，总是试图去分析某些行动、事件或后果的可能原因，归因理论便是一种关于知觉者推断和解释他人和自己行为原因的社会心理学理论，奥地利社会心理学家 F. 海德在其 1958 年出版的《人际关系心理学》中首先提出归因理论。

归因理论指出，如果某个因素一旦出现就会看到某个行为，该因素不出现就看不到这个行为，那么人们就会把该因素归结为该行为的原因。比如，你与你的朋友一起出游，迎面走过来了一匹马，你的朋友指着马大声尖叫，你便要确定是朋友精神出现了问题，还是因为危险正在临近。

当人们试图解释某个人的行为时，人们要就三方面的有关信息来评估协变：区别性、一贯性和一致性。

区别性：该行为是否是特定情境下的具体行为——你的朋友是否对所有的马都大喊大叫？

一贯性：指行为是否反复出现以回应这一情境——这匹马过去是否让你的朋友大喊大叫？

一致性：指其他人在是否在同样情境下也产生同样的行为——每个人都指着马并大喊大叫吗？

归因一般分为内部归因和外部归因：内部归因，指存在于个体内部的原因，如人格、品质、动机、态度、情绪、心境以及努力程度等个人特征；外部归因，是指行为或事件发生的外部条件，包括背景、机遇、他人影响、工作任务难度。

试想一下，在某一个交通拥堵的早晨，当你发现一辆小车是造成拥堵的罪魁祸首时，你通常会有什么样的反应？恐怕大部分的人都无法抑制心中的愤怒，都会倾向于认为，小车的司机有问题，因为他的某种不恰当的行为，使得大家忍受着上班迟到而被扣奖金的可能，这个人会在瞬间被我们定义成一个自私的、冷漠的、不为别人考虑的家伙。

心理学家发现，当我们对别人的问题进行归因时，外部的因素很容易被我们忽略。如前面提到的小车中的司机，很有可能他是遇到了主观所无法克服的情况，不得已才造成了堵塞。

有意思的是，当同样的事情发生在我们自己身上时，情况可能就恰恰相反了。被降薪的人大多会认为公司“过河拆桥”，经济不景气的时候总是拿员工开刀，

而很少立刻从自己身上找原因。这是因为当人的自尊受到威胁时，我们会本能地采取自利归因的方式，也就是把降薪的原因归结为外部因素（比如经济不景气），因为承认自己的能力逊于其他的同事，对我们的自尊是一种打击。但是，当我们获得加薪的奖励后，我们又会本能地将加薪的原因归结为是自己的能力比别人强。

当看到某个人比我们成功后，我们便会将其所获得成就归结为好运气，不知不觉地作出外部归因。

在工作中抱怨是最没有价值之举

工作中，那些喜欢抱怨的人，即使才华横溢，也难以有真正的成功。因为在职场中，抱怨是最没有价值的行动。一个人的前程也往往容易被习惯性的抱怨“毁掉”。

塞姆和威欧是大学同学，两人一起进入大都会保险公司工作，从最基础的保险业务员做起。两个月之后，因为工作老打不开局面，塞姆就开始抱怨，今天抱怨工作太难，明天抱怨推销保险没有前途，后天抱怨待遇太低，因此，他整天懒懒散散，工作敷衍了事。结果，刚干满3个月，他便彻底断绝了继续干这份工作的念头，辞了职重新开始找工作。而威欧却在工作中勤勤恳恳，认真做好自己的每一项工作。因为工作积极，业绩出众，一年后，他成了亚特兰大区的金牌推销员。尽管如此，他依然抱着一种积极的态度，在工作中不断进取，认真负责。两年后，他晋升为分公司的市场总监。

一天，威欧代表企业去招聘会招人，意外地碰见了塞姆，不同的是，塞姆是去找工作的。原来，他从这家企业出去后，因为找不到满意的工作，一直处于“辞职、找工作”的状态中。

有职业研究机构从大量的职业咨询案例中发现，至少有一半以上职业出现问题的来访者都会习惯性地抱怨，由抱怨而直接引发跳槽的占38%。这些抱怨体现在方方面面，抱怨老板用人不公、抱怨上级对自己苛刻、抱怨工资水平太低、抱怨同事不好合作、抱怨客户不好应付。总之，工作一无是处。

那么，面对爱抱怨的员工，一般的管理者持有怎么的态度呢？在现实生活中，

管理者对爱抱怨的下属，最直接、最惯用的方法就是——想办法辞退他！

有位节能工程师在业界小有名气，他自己也很喜欢这份工作，但公司还处在发展初期，管理方面有些不尽人意。习惯于有条不紊的工程师忍受不了这种状况，他开始抱怨，并养成了习惯。有同事好心相劝，让他少发点牢骚，但他依旧我行我素。直到有一天正在抱怨时，老板严肃地告诉他：“你觉得公司不好，明天就不要来了。现在请到人事部门办理离职手续去吧。”只见这位工程师满脸愕然。

抱怨是被迫跳槽和被辞退的直接诱因。抱怨让人们失去工作的动力，抱怨让人们心态消极、应付了事，导致业绩出不来，还影响团队的士气。如果问那些卓越的管理者，在他的团队中最不喜欢听到的是什么，他很可能会不假思索地告诉你“抱怨”。面对喜欢抱怨的员工，一旦有人可以替代他，管理者就会毫不犹豫地炒了他的“鱿鱼”。

简而言之，抱怨，让你厌倦企业，同时也让企业厌烦你。对此，专家的建议是：做到不抱怨。抱怨永远解决不了问题，反而会把事情弄得更加糟糕。与其抱怨不如改变，可以参考如下建议：

1. 把抱怨转化为建设性的意见

抱怨的人其实心中早已有了对某些事情的看法或解决方法，可能是不被重视或自身不够主动，所以只能抱怨。如果把自己的想法从老板的角度加以考虑，并且以老板能够接受的方式主动提出，就有可能受到他的欢迎和认可。

2. 从自身寻找原因

对于人际关系紧张、工作疲劳、工作压力大、得不到信任等原因引起的抱怨，可先从自己身上寻找原因。看看自己是不是工作方法上有待改进，或者是沟通能力有待提高，等等。

3. 抱怨使人思想肤浅，心胸狭窄

在职场中，一味地抱怨会使人的思想摇摆不定，进而在工作上敷衍了事。一个将自己的头脑装满了抱怨的人是无法想象未来的。抱怨只会使他们与周围人的理念格格不入，更使自己的发展道路越走越窄，最后一事无成。所以说，抱怨的最大受害者是自己。

4. 行动比抱怨更有效

抱怨人人都会，行动家却不多见。抱怨多半都只是一堆“听觉污染”，对我

们的幸福和健康都有害无益。在你抱怨的时候，不仅让自己心情不爽，还让其他人不痛快，为什么不闭上抱怨的嘴，开始行动，为解决问题而努力呢？改变你的言辞，闭上抱怨的嘴，之后，才会有积极的能量去面对生活、工作中的各种难题。

先有胜利的态度，才有明天的成功

我们很难找到一个成功人士会对环境大发牢骚、抱怨不停、烦躁不安，尽管他可能克服了天大的障碍才取得了成功。相对的，我们却常常见到老实人不断地抱怨环境恶劣、社会不公，因为他缺乏喜乐和富裕。真正的问题是：哪一方面先行——态度或成功？答案是，在所有的情况下，要先有胜利的正面的态度，才会有终生的富裕。

索尼公司创始人盛田昭夫曾经说过这么一个故事：

东京帝国大学的毕业生在索尼公司一直非常受欢迎。有个叫大贺典雄的帝国大学高才生，是一位有才华的青年。他加入索尼公司之后曾多次与盛田昭夫争论，盛田昭夫喜欢这个直言无忌的年轻人，非常器重他。

出人意料的是，后来盛田昭夫居然把大贺典雄下放到了生产一线，给一位普通工人当学徒。这让很多员工迷惑不解，甚至怀疑他得罪了盛田昭夫。有人为大贺典雄感到不平，但大贺典雄只是淡淡一笑。

一年后，更让人大跌眼镜的事情发生了，还是学徒工的大贺典雄居然被直接提拔为专业产品总经理，员工们百思不得其解。

在一次员工大会上，盛田昭夫为大家揭开了谜团：“要担任产品总经理，必须要对产品有绝对清楚的了解，这就是我要把大贺典雄下放到基层的原因。让我高兴的是，大贺典雄在他的岗位上干得不错。然而，让我坚定提拔念头的是整整一年，他在又在累又脏的工作环境下居然没有任何牢骚和抱怨，而且甘之若饴。”

人们终于明白了其中的原因，不由报以热烈的掌声。5年后，也就是在34岁那年，大贺典雄成为了公司董事会的一员，这在因循守旧的日本企业，简直是前所未闻的奇迹。

如果一个人对自己目前的环境不满意，唯一的办法，是让自己战胜环境、超

越环境。奥地利小说家茨威格说过：“机会看见抱怨者就会远远避开。”喜欢抱怨的人在这个遵循强者法则的世界中，是没有立足之地的。

二战著名将领巴顿将军在他的回忆录《我所知道的二战》中讲述了这样一个故事：

“我要提拔军官的时候，常常把所有符合条件的候选人集合到一起，让他们完成一个任务。我说：伙计们，你们要在仓库后面挖一条战壕，8英尺（约2.4米）长，3英尺（约0.9米）宽，6英寸（约0.15米）深。说完就宣布解散。我走进仓库，通过窗户观察他们。

“我看到军官们把锹和镐都放到仓库后面的地上，开始议论我为什么要他们挖这么浅的战壕。有的人抱怨说：6英寸还不够当火炮掩体。还有一些人抱怨说：我们是军官，这样的体力活应该是普通士兵的事。最后，有个人大声说：我们把战壕挖好后离开这里，那个家伙想用它干什么，随他去吧。”

最后，巴顿写道：“那个家伙得到了提拔，我必须挑选不抱怨就能完成任务的人。”

如果你能像大贺典雄一样脚踏实地地工作，从不抱怨，那么你将取得辉煌的成绩。

爱出者爱返，福往者福来

有一位善生长者，一个偶然的的机会，他得到了世界上最稀有、最宝贵的旃檀香木做的金色盒子。但善生长者并没有把这个价值连城的宝贝私藏起来，而是到处宣扬说：“我要把这宝贵的东西赠送给世间最贫穷的人。”

于是，很多贫穷的人蜂拥而至，有乞丐、残疾、孤寡等各种受苦的人，他们纷纷向善生长者讲述自己的不幸和生活的艰辛，想要证明自己就是世间最贫穷的人，以便得到这个值钱的宝贝。但善生长者对每一个前来讨宝盒的人说：“你还不是世界上最贫穷的人！”

很快，又有更多的穷人来到了善生长者的住地，但善生长者一点儿也没有交出宝盒的意思。于是大家纷纷议论起来：“他是没有诚心要把这个金色盒子送给

我们。”

善生长者听到大家的议论就出来说道：“我告诉你们，世界上最贫穷的人不是别人，他就是我们的国王波斯匿王，他才是世界上最贫穷的人。”

这个消息很快就传到了波斯匿王耳朵里，波斯匿王非常不高兴：“哼！我是一国之君，怎么可以说我是世界上最贫穷的人呢？去，把善生长者给我抓来！”

波斯匿王把善生长者带到收藏珍宝的库房里，将金库、银库、宝库一一指给长者看。

“我有这么多的财宝，怎么说我是世界上最贫穷的人呢？”

善生长者笑道：“陛下，您确实有很多财宝，但是您是管理国家的国王，不是管理库房的管家。国家的强盛是您的家业，人民的贫富是您的衣裳，百姓的毁誉是您的脸面。您的库房堆满金银，百姓却生活在水深火热之中。您的国家有这么多乞丐、残疾、孤寡等各种受苦的人，是他们让我以为他们的国王也是一个贫穷的人。”

波斯匿王满脸惭愧地说：“你说得没错！”当即下令，把仓库里的财宝拿出去救济那些穷苦的人。从那以后，波斯匿王不论走到哪里都会受到人民的尊敬和爱戴。

只想别人给予自己，那么“得到”的源泉终将枯竭。同样的，你的付出、施与不仅仅是一种慷慨的解囊，它更有利于人们之间的相互交往，当你付出、施与的更多时，你必将赢得良好的人际关系，这也可算是生存处世的取胜法宝。

禅师在院子里种了一棵菊花，第三年的秋天，院子成了菊花园，香味一直传到了山下的村子里。凡是来寺院的人都忍不住赞叹道：“好美的花呀！”

一天，有人开口，向禅师要几棵花种在自家院子里，禅师答应了。他亲自动手挑拣开得最鲜、枝叶最粗的几棵，挖出根须送到了他的家里。消息很快传开了，前来要花的人络绎不绝。在禅师眼里，这些人一个比一个知心、一个比一个亲近，都要给。不多日，寺院里的菊花就被送干净了，连一棵也没有留下。

没有了菊花，院子里像一下子少了些什么似的。秋天的最后一个黄昏，小和尚看到满院的凄凉，说道：“真可惜！这里本应该是满院菊香的。”

禅师笑着对弟子说：“你想想，这样岂不是更好，一年后就是一村子菊香！”

还有一篇叫《慷慨的农夫》的短文，说美国南部有个州，每年都举办南瓜品

种大赛。一位经常获得头奖的农夫，获奖之后，毫不吝惜地将得奖的种子分送给街坊邻居。有人不解，问他为何如此慷慨，不怕别人的南瓜品种超过他吗？农夫回答：“我将种子分送给大家，方便大家，其实也就是方便我自己！”原来，邻居们种上了良种南瓜，就可以避免蜜蜂在传递花粉过程中，将邻近的较差的品种传染给农夫的南瓜。这样，农夫就能专心致力于品种的改良。否则，他就要在防范外来花粉方面大费周折而疲于奔命。

宋朝的法演禅师曾给世人留下四诫说：“势不可使尽，使尽则祸必至；福不可受尽，受尽则缘必孤；话不可说尽，说尽则人必易；规矩不可行尽，行尽则人必繁。”利益是每个人都想享有的，如果你处处只想到自己的利益，就会众叛亲离；若过于孤立，则成功的缘分就渐渐疏离；不该得的财富你处心积虑想拥有它，到头来你会失去更多的利益和机会。



因果定律告诉你：得先有所予，做必有所得

没有一个成功的人，生下来就有成功等在他的面前。他的成功也是一步一步走来的，而他途中的每一个脚步，就是他在获得成功前的一个个积累过程。

1. 甘于积累

无论我们从事什么事业，都要经历一个由生而熟、由入门到精通的积累的过程。那些成功人士在成功以前都做过很多不起眼的工作，这就是为将来从事更为伟大的事业积累经验的过程。认真地去学习，留意所从事行业的规矩，以及行业中各项事务的流程，多留意一些行业里的诀窍，多向经验丰富的前辈请教，要有意识地培养和一些人物的关系，从各个渠道多多地掌握你所从事的工作所需的技能……这些都将为你将来的事业积累下一笔巨大的财富。

2. 失败让你积累更多经验

失败了多次与你是一个失败者是两个完全不同的概念。只要不放弃，那么你永远在通往成功的路上。失败的经验往往是你尤其需要注意改进的地方，正是一次的失败推动你成为了一个成功者。

3. 在你一无所有之时，你唯一的选择就是努力拼搏

11 因果定律：任何成功都不是偶然的

只有拼搏才能有奇迹发生。在拼搏的过程中，我们即使表面上看来无所收获，可是积累的经验却是真正的无价之宝。

4. 幸运垂青有准备的人

机会永远只留给有准备的人，所以每当我们在抱怨运气不佳的时候，不要只顾着埋怨别人不给自己机会，看一看自己的鱼篓是否够大，有没有破洞；也许不是池塘里的鱼儿太小或鱼群不多，才装不满你的鱼篓，而是你的篓子破了个大洞，让鱼儿全溜走了。钓鱼的工具准备齐全了吗？工具不怕多，就怕鱼群来的时候，你正好缺了一个鱼篓子。只有做足准备，才不会失去每一次成功到来的机遇。

5. 播下一种习惯，收获一种命运

习惯会影响我们做事的态度和方式，最终影响我们做事的效果。因此，我们必须重视我们的各种工作和生活习惯，改变错误的习惯，养成好的习惯，使之成为我们事业成功的基础。

12 情绪定律： 你的情绪决定你的一切

【德国著名的化学家奥斯特瓦尔德由于牙病，疼痛难忍，情绪很坏。他拿起一位不知名的青年寄来的稿件粗粗看了一下，顺手就把这篇论文丢进了纸篓。等他的牙痛好了之后，情绪也变得愉快起来，这时他从纸篓里把稿件拣出来重读一遍，结果发现这篇论文很有科学价值。他将论文推荐给一家知名杂志，结果论文被发表，并且轰动了学术界。该论文的作者也因此而获得了诺贝尔奖。事实上，情绪的好与坏同我们自己的心态及想法密不可分，这就是心理学中的情绪定律。

情绪定律，指人大多数都容易受到情绪的影响，一件事在别人眼中看着是悲哀的，在你眼中也许就是喜乐的，关键是自己怎么想。】

掌控情绪，做情绪的主人

如果能够从根本上改变对一件事的看法，我们的情绪也就会得到很大的影响和改善。

有位老人，她有两个儿子，大儿子是卖雨伞的，小儿子是卖草鞋的。晴天时，她心想：“真糟糕，大儿子的雨伞卖不出去了。”雨天时，她又想：“真糟糕，小儿子的草鞋卖不出去了。”所以，老人每天都愁容满面、忧心忡忡。

突然一天，邻居告诉她，你换过来想一下不好吗？晴天时，你就想小儿子的草鞋可以卖出去了，不是很开心吗？雨天时，你就想大儿子的雨伞可以卖出去了，是不是也很开心呀？老人听了这番话，就照着做了。

从此以后，老人每天都很开心，常常笑容满面。

许多时候，我们也和那位老人一样，对于同一现实或情境，从一个角度去看问题，可能引起消极的情绪体验，陷入心理困境；如果从另一角度看问题，就可以发现积极意义，从而使消极情绪转化为积极情绪。

漫漫人生路上，要么是我们驾驭生命，要么是生命驾驭我们，而决定谁是坐骑、谁是骑师的，就是我们的情绪。它就像一把双刃剑，消极不良时可以像敌人一样袭击我们，积极健康时可以像朋友一样帮助我们。

要知道，自己快乐的钥匙不是掌握在别人手中，而是掌握在自己手中。我们郁闷也好，快乐也好，其实都不是由外界原因所造成的，而是由我们自己的情绪造成的。所以，我们要做情绪的主人而不能被情绪所左右。

正如心理学家所证明的：人不仅仅是消极情绪的放大镜，而且也是积极情绪的制造者，生气郁闷只能是折磨自己。我们应该学会调整自己的情绪，这样就可以时常保持积极情绪。

保持积极情绪状态的方法有很多种，包括宽容别人，保持积极乐观的心态，能接纳自己的情绪变化，善于及时调整自己的不良心态，掌握有效的自我调节的方法等。如果你不慎掉进了河沟里，不妨想想也许有一条鱼会游进你的口袋；当你参加一些重要的考试或活动，感到非常紧张，可以在心里暗暗提醒自己“沉住气，

别紧张，胜利一定是属于自己的”，这样自然就会冷静下来，信心百倍；当遭遇困难和逆境时，想想“失败乃成功之母”，振作精神，那么下一步就会走向成功。

以下是4种调节情绪的基本方法。

1. 意识调节法

人的意识能够调节情绪的发生与强度。思想修养水平高的人往往比思想修养水平低的人能够更有效地调节情绪。一个人要努力以意识来控制情绪的变化，可以用“我应……”“我能……”加上要想办的事情来调控自己的情绪。

2. 语言调节法

语言是一个人情绪体验强有力的表现工具。通过语言可以引起或抑制情绪反应，即使不出声的内部语言也能起到调节作用。林则徐在墙上挂有“制怒”二字的条幅，这是用语言来控制调节情绪的好办法。

3. 注意力转移法

把注意力从消极的情绪上转移到有意义的方向上。人们在苦闷、烦恼的时候，看看调节情绪的影视作品，读读回忆录都能收到良好的效果。

4. 行动转移法

克服某些长期不良情绪的方法，可以用新的工作、新的行动去转移负面情绪的干扰。贝多芬曾以从军来克服失恋的痛苦，是一种好的选择。最大的心理之患在于患得患失；最大的精神负担莫过于名利枷锁。人不可一味地追逐名利，也不可缺乏上进心和奋斗精神。养生首养心，养心淡名利。知足常乐，身心健康。美术大师刘海粟先生年逾90时，仍精神焕发，挥毫自如。其长寿秘诀是：“宠辱不惊，看庭前花开花落；去留无意，望天上云卷云舒。”

不做坏情绪的传递者

人的不满情绪和糟糕心情，一般会沿着等级和强弱组成的社会关系链条依次传递，由金字塔尖一直扩散到最底层，无处发泄的最弱小的那一个元素，则成为最终的受害者，这就是心理学上著名的“踢猫效应”。

某公司董事长为了重整公司一切事务，许诺自己将早到晚回。事出突然，有

一次，他看报看得太入迷以致忘了时间，为了不迟到，他在公路上超速驾驶，结果被警察开了罚单，最后还是误了时间。这位老董愤怒至极，回到公司，将销售经理叫到办公室训斥一番。销售经理挨训之后，气急败坏地走出老董办公室，将秘书叫到自己的办公室并对他挑剔一番。秘书无缘无故被人挑剔，自然是一肚子气，就故意找接线员的茬。接线员无可奈何垂头丧气地回到家，对着自己的儿子大发雷霆。儿子莫名其妙地被父亲痛斥之后，也很恼火，便将自己家里的猫狠狠地踢了一脚。

在心理学上，这种泄愤连锁反应被称为“踢猫效应”。

在现实的生活里，我们难免会滋生或接收一些坏的脾气与心情。如果对此没有免疫力，人人都可能成为坏情绪的传递者，许多人在受到批评之后，不是冷静下来想想自己为什么会受批评，而是心里面很不舒服，总想找人发泄心中的怨气。其实这是一种没有接受批评、没有正确地认识自己的错误的一种表现。产生这种“踢猫效应”，不仅起不到好的作用，反而容易激发更大的事端和不悦。

“人非圣贤，孰能无过”，这个世界上没有完美的人和物。生活和工作中，我们每个人都会遇到烦恼和不愉快，如果能从自身出发调整自己的情绪和情感，不断规范自己的行为，在我们身边就会减少很多不应该发生的踢猫效应。

在现代社会竞争日趋激烈的生存与发展环境下，工作和生活压力越来越大，容易导致人们的情绪不稳定。作为领导者不对下属发泄自己的不满，避免泄愤连锁反应。如果遇到挫折或不顺心的事就拿下属当出气筒，这样的领导者即使事业上取得了一定的成绩，也难有真正的成功。因此，领导者要保持良好的风度，做到“入局而不为局势所迷”，一定要有良好的涵养和较高境界，特别要有自我和谐的调整能力与控制能力，否则会发生不良的连锁反应。

乐观情绪与健康的密切关系

人体是一个整体，人的健康与情绪有密切关系。人的情绪是一种心理现象。高兴、愉快、欢乐、喜悦、轻松、欣慰、悲伤、害怕、恐惧、不安、紧张、苦恼、忧郁等都属于情绪活动。情绪分为积极情绪和消极情绪两大类。积极情绪对健康

有益，消极情绪会影响身心健康。我国自古就有“喜伤心”、“怒伤肝”、“思伤脾”、“忧伤肺”、“恐伤肾”之说，可见祖国医学非常重视人的情绪与健康的关系。当人情绪变化时，往往伴随着生理变化。例如，人在恐惧时，会出现瞳孔变大、口渴、出汗、脸色发白等一系列变化。这些生理变化在正常的情况下具有积极的作用，可以使身体各部分积极地动员起来，以适应外界环境变化的需要。

过度的消极情绪，长期不愉快、恐惧、失望，会抑制胃肠运动，从而影响消化机能。情绪消极、低落或过于紧张的人，往往容易患各种疾病。因此，只有保持乐观的情绪，才有利于身体健康。

心情快乐可强化免疫功能。俗话说，“笑一笑，十年少。”由此可见，心理状况与生命质量有着密切的联系。近年科学研究发现，情绪与人体内的NK细胞（自然杀伤细胞）有着密切关系，这种关系可以说是情绪影响健康的物质基础。NK细胞是在1975年被一些科学家发现的，在形态上属于大颗粒淋巴细胞，来源于骨髓，占外周血淋巴细胞总数的5%~10%。它具有广谱抗肿瘤细胞作用，特别是对淋巴瘤和白血病细胞作用更为明显，是抗癌免疫的第一线细胞。

早些时候，由于发现NK细胞具有抗癌活性，因此，科学家想方设法增加NK细胞在体内的数量。但令人不可思议的是，NK细胞数量增多其功能反而下降。NK细胞最多的人往往正是易患癌症的人。健康人群和动物遭受各种不良刺激时，体内NK细胞可随之增加，但却不能防御因刺激而引起的疾病。那么到底NK细胞通过什么环节发挥其抗癌作用，长期以来被视为一个谜。近年来发现，一些战胜癌症的“抗癌明星”，虽然他们体内NK细胞并不一定很多，但非常活跃，而癌症日趋恶化的患者，体内NK细胞并不一定少，但其活性几乎接近零。进一步研究发现，NK细胞是否具有活性，与其细胞内存在的颗粒有密切关系。活性增强时，颗粒中所存的分泌系统分泌出一种物质，此物质覆盖于靶细胞（如癌细胞）上才能发挥其杀伤作用。

此种与NK细胞活性相关的分泌系统，受机体神经内分泌系统调节和控制。当情绪处于低潮时，每天郁郁寡欢、愁肠百结，则NK细胞分泌系统功能被抑制，从而降低了它们的杀伤作用，据测试NK细胞活性可下降20%以上。如有一个良好的生活方式，乐观地生活，欢欣鼓舞，无忧无虑，那么NK细胞活性会明显升高。据称，癌症自然消退与NK细胞活性升高有着密切关系。

由此看来，情绪与免疫功能有明显相关性。情绪，这一心理的重要因素，对人类致病与治病的影响并非是抽象的、空洞的，它有着具体的物质基础。

不抱怨、不生气的活法

一天，林肯正在办公室整理文件，陆军部长斯坦顿气呼呼地走了进来，一屁股坐到椅子上，一句话也不说。

从以往的经验来看，林肯知道他肯定是又被人指责了。

“怎么了？发生了什么事？给我说说，说不定我能给你出出主意。”林肯笑着对斯坦顿说。

斯坦顿像是找到了发泄的对象，对林肯一阵咆哮：“你知道吗？今天有位少将竟然用那种口气和我说话，那简直是侮辱，他所说的事根本就不存在啊。”

斯坦顿满以为林肯会安慰他几句，痛骂那名少将几句，但林肯并没有这样做，而是建议斯坦顿写一封信回敬那位少将的无礼。

“你可以在信中狠狠地骂他一顿，让他也尝尝被指责的滋味。”

“还是你想得周到，我非得大骂他一顿不可，他有什么权利指责我呢？”斯坦顿立刻写了一封措辞激烈的信，然后拿给林肯看。

林肯看完以后，对斯坦顿说：“你写得太好了，要的就是这种效果，好好教训他一顿。”林肯把看完的信顺手扔进了炉子里。

斯坦顿看到自己写的信进了炉子，忙责问林肯：“是你让我写这封信的，那你为什么把它扔进了炉子里呢？”

林肯回答说：“难道你不觉得写这封信的时候你已经消了气吗？如果还没有完全消气，就接着写第二封吧。”

我们生活在一个多诱惑的社会，一失足就会成千古恨。批评能让我们警钟长鸣，即使批评错了也能让我们未雨绸缪、防患于未然，因此，我们无须因为受了批评而愤怒。愤怒是一种极具毁灭力量的情绪，它不仅能够摧毁我们的健康，还扰乱我们的生活，阻碍我们正常的思考，给工作和事业带来不良的影响。

被批评是我们每个人都会遇到的情况，当我们受到批评时，只有积极主动

控制情绪，才能掌握自己的命运，把事情做好。而不应该像斯坦顿那样，反击回去或发泄给别人，我们只能自己想办法消除心中的不满，或是把它转化成一种力量。

从前，有一个脾气很坏的男孩，他经常和伙伴们吵架。有一天，他的父亲给了他一袋钉子，并且告诉他，每次发脾气或者跟人吵架的时候，就在院子的篱笆上钉一颗钉子。一周以后，男孩在篱笆上共钉了 36 颗钉子。后面的几天他学会了控制自己的脾气，尽量避免发脾气和别人吵架，每天钉的钉子也逐渐减少了。他发现，控制自己的脾气，实际上比钉钉子容易得多。终于有一天，他一颗钉子都没有钉，他高兴地把这件事告诉了父亲。

父亲并没有表扬他，而是说：“从今以后，如果你一天都没有发脾气，就可以拔掉一颗钉子。”男孩按父亲的话去做了，终于有一天，钉子全部被拔光了，他忙去告诉父亲。

爸爸带他来到篱笆边上，对他说：“儿子，干得不错！但是，篱笆上的这些钉子洞，永远也不可能消失的。就像你和一个人吵架，说了些难听的话，就在他心里留下一个伤口，像这个钉子洞一样。”插一把刀子在一个人的身体里，再拔出来，伤口就难以愈合了。无论你怎么道歉，伤口总是在那儿。

上面这个故事说明：控制愤怒和不满情绪不是没有办法的，关键看你怎么对待它。



情绪定律告诉你：拥有良好情绪的 8 个快乐法则

每个人的情绪，都是会有波动的，应该主动摆脱不良情绪。对于如何拥有良好的情绪，美国心理卫生协会提出了如下 8 个建议：

1. 不过分苛求自己

有些人把自己的抱负定得过高，根本无能力达到，却在别人面前天高海阔地讨论起来，受到别人的嘲讽后，终日郁郁寡欢；有的人做事要求十全十美，往往因为小小的瑕疵而自责。如果把自己的目标和要求定在自己的能力范围内，自然就会心情舒畅了。

12 情绪定律：你的情绪决定你的一切

2. 对他人不要有过高的期望

许多人都按照自己的逻辑要求他人，若对方达不到自己的要求，便会失望，其实每个人都有自己的优点和缺点，何必要别人迎合自己的要求呢？

3. 疏导自己的愤怒情绪

冲动是魔鬼，当你勃然大怒时，很多蠢事都会干得出来，与其事后后悔不如事前自制，采取一些无害的释放渠道把愤怒平息下去。

4. 宽容

要心胸开阔，做事从大处看，只要大前提不受影响，小事则不必斤斤计较，以减少自己的烦恼。

5. 找人倾吐烦恼

当你遇到不开心的事的时候，与其向隅而泣，自己一个人消磨时光，不如找一个人痛快地倾诉一番。某些时候，不快乐的情绪一旦排解出去，就再也不会重新找到你了。

6. 培养幽默感

幽默感是一个人不受外物所影响的有效工具。当一个人发现不协调现象时，既要能客观地面对现实，同时又要不使自己陷于激动的状态，最好的办法是以幽默的态度应付。

7. 善于从光明一面观察事物

任何一个事件，如果能从不同的角度去观察，就会给人以不同的印象。很多表面看上去是引人生气、极其悲伤的事件，如果从另外的角度去看，可以发现一些正面积极的意义，如“塞翁失马，焉知非福”。

8. 体育锻炼也是消除心中忧郁的好方法

体育活动一方面可使注意力集中到活动中去，转移和减轻原来的精神压力和消极情绪；另一方面还可以加速血液循环，加深肺部呼吸，使紧张情绪得到松弛。因此，也应该积极参加体育活动。

13 罗伯特定律： 最大的敌人就是你自己

【罗伯特定理由美国学者家卡维特·罗伯特提出，指没有人因倒下或沮丧而失败，只有一直倒下或消极才会失败。这一定律被人们作为激励自己的成功秘籍。

罗伯特定律告诉我们，心理素质决定了一个人的成败与否，不管做什么事，一定要有好的心态、坚定的信念。对自己一定要有信心，人最大的敌人就是自己，一定要战胜自己，既要能从成功的巅峰走出，也要能从失败的沼泽走出，只有这样，才能积极迈向新的成功。】

信念激发战胜困难的勇气

从前有两只小青蛙，溜到农民的房子玩，它们站到一个坛子沿上跳舞时，不小心掉到里面。里面装的是黏糊糊的油，它们想跳出来，但油太黏，壁太滑，几经尝试，没有结果。

青蛙甲边游边想，看来今天是没希望了，怎么也出不去了，反正也没希望了，还游什么呢？这样想着，四肢越发划不动。

青蛙乙想到今天真糟糕，怎么都出不去可还是继续游游看吧，也许会找到办法。四肢虽然很累了，可它还是坚持游着。边游边想，只要还有力气，不管怎样，我都要游下去。边游边说：“我从来没有在油里游过，今天算是知道了其中的滋味，这倒是健美的好方法。如果每天都在里面游一刻钟，我就能成为最健美的青蛙。”说着说着，还唱起它最喜欢的“呱呱”歌，不由得忘记了疲劳。

后来，青蛙乙踩在黄油上跳出了坛子，唱着小曲慢慢悠悠独自回家了。

取得成功最重要的因素是什么？除了本身的技能以外，那就是自信，信念的力量能使人渡过一个又一个难关，信念是战胜困难的勇气。奋斗的过程也是一个挑战，一次次失败一次次重新站起来，需要勇气，更需要信心。

5年前，埃米莉毕业于某理工大学，当时有两个职位可供她选择：一个是到一家大型的事业单位做秘书，一个是到一家起步时间不长但发展势头较好的高新企业做销售。部分朋友都劝她到那家事业单位去，认为这样的工作比较具有稳定性，适合女孩子。但埃米莉根据自己一向喜欢挑战的特点，认为销售更能够激发自己的斗志，所以她最终选择了做销售。

经过几年的工作经历，原本“很有个性”的埃米莉，在销售中逐渐掌握了商场中为人处事、与人沟通的技巧和一些职场游戏规则。从卖软件，到卖系统和打包的解决方案，埃米莉逐渐树立了自己的工作原则和亲切的风格，凡事都站在客户的角度出发销售产品，在工作中对客户的承诺说到做到。

由此，埃米莉使自己成为销售产品的专家，也同时赢得客户的信赖和回报。她对自己更有自信了，也更认定当初的决定是正确的。

埃米莉给自己不断制订新的目标，包括销售额和个人收入，而这些计划常常带有挑战的色彩，强迫自己实现目标。她想证明自己还能做到更好，在这个目标下，她不但有了丰厚的收入，也在这个行业有了点名气。但当销售做到一定业绩后，她却发现在销售管理方面有些乏力。

面对如此情况，埃米莉又依照职业顾问的建议，勇敢地跨出了新的一步，在选择充电的同时，跳槽到了一家准备大力开拓市场的公司做了销售经理。虽然这使她生活不太轻松，但她却很“沉迷”，有着如鱼得水的满足感，更重要的是从中学会了如何更好地管理一个销售团队，这正是她进入这家公司的主要原因，她最后成为 IT 公司一名出色的销售经理。

埃米莉是一个敢于挑战自己的人，她在自我挑战的过程中体会了生活的乐趣，更体会了挑战给自己带来的成就感。

培养坚韧的品格

1968 年在墨西哥奥运会的马拉松比赛中，身披第 36 号的坦桑尼亚男子马拉松运动员阿赫瓦里不幸在途中扭伤了右腿，无法继续比赛。

但他拖着一条伤腿和带血的绷带坚持比赛。当其他运动员早已冲过终点时，只有他还在夜幕的衬托下，一瘸一拐地缓缓挪向终点，此时，马拉松比赛和颁奖仪式早已结束。

当他终于跑到主会场时，场内只剩下零散的观众。但人们对他的英雄之举报以了和冠军一样热烈的掌声。

最终他用时 4 小时 30 分跑完全程。事后他接受电视台采访时说出奥林匹克史上最震撼人心的名言之一——“我的祖国把我从 7 000 英里（约 12365 千米）外送到这里，不是让我开始比赛，而是要我跑到终点，完成比赛的。”他的顽强受到人们尊敬，成为这届奥运会上最感人的故事。

这个最后一名凭借着自己的坚韧和坚持赢得了全世界人的敬意。

从阿赫瓦里身上我们看到，做任何事贵在坚持，结果并不重要，重要的是过程，坚持到底就是胜利，同样会赢得掌声与喝彩。

13 罗伯特定律：最大的敌人就是你自己

坚韧——正是我们所追求的品格。我们之所以追求坚韧的品格，是因为有了它后我们才可能获得一次一次成功，是因为有了它后我们才可能登上生命的巅峰。

一夜之间，一场雷电引发的山火烧毁了美丽的“森林庄园”，刚刚从祖父那里继承了这座庄园的保罗陷入了一筹莫展的境地。

他经受不住打击，闭门不出，茶饭不思，眼睛熬出了血丝。

一个多月过去了，年已古稀的外祖母获悉此事，意味深长地对保罗说：“小伙子，庄园成了废墟并不可怕，可怕的是你的眼睛失去光泽，一天一天地老去。一双老去的眼睛，怎么能看得见希望……”。

保罗在外祖母的说服下，一个人走出了庄园。

他漫无目的地闲逛，在一条街道的拐弯处，他看到一家店铺的门前人头攒动。原来是一些家庭主妇正在排队购买木炭。那一块块躺在纸箱里的木炭忽然让保罗的眼睛一亮，他看到了一线希望。

在接下来的两个星期里，保罗雇了几名烧炭工，将庄园里烧焦的树木加工成优质的木炭，送到集市上的木炭经销店。

结果，木炭被抢购一空，他因此得了一笔不菲的收入。然后他用这笔收入购买了一大批新树苗，一个新的庄园初具规模了。几年以后，“森林庄园”再度绿意盎然。

我们追求坚韧的品格，它让我们无畏于征途中的艰难险阻，它让我们在一次次挫折之后仍是不屈不挠，它让我们的心理在承受一次又一次的打击后却仍能为中心的向往而努力奋斗。因为只有在拥有坚韧的品格之后才能具有坚强心理承受力，而有了坚强的心理承受力之后，你才能去正视厄运——从厄运中吸取经验教训去争取下一次的成功，而不是在遭受打击之后一蹶不振，永远陷于“倒霉”的泥潭中再无翻身之日。

我们追求坚韧的品格，因为我们具有一定的心理承受力，虽不像鸡蛋一般脆弱，但也没有钢铁的坚强。这种人可以在失败后获得成功，也可以在挫折中一败涂地。所以我们仍需要去追求，追求坚韧，追求坚强。

但是坚强的心理承受力并不是说说就能拥有的，它需要我们通过艰苦的努力去树立一种正确的世界观和人生观来正确面对各种失败和挫折。只有正确地面对，才能拥有失败后的成功；只有经历过失败后的成功，才算拥有坚强的心理承受力，

才能证明你拥有坚韧的品格。

想要使自己拥有足够坚强的心理承受力，你就要学会坚韧。狄更斯说：“顽强的毅力可以征服世界上任何一座高峰。”

也许你在平日里并没有多大的欲求，也许你只是执着于自己的某种爱好，也许你的举动曾经遭到别人的讥笑，但只要你不放弃，只要你坚持下去，你就能有意想不到的收获。

人要想取得成功，没有什么“捷径”可走，也没有什么“锦囊妙计”，最需要的就是坚韧不拔的品格。也许，你离成功只有一步之遥，只要你再坚持一下，你就可以叩响成功的大门，但如果此时停住前进的脚步，就意味着你与成功失之交臂了。有很多为理想为事业奋斗的人，他们往往在离成功还有一步之遥时却停止了脚步，面对失败与困难，他们气馁了、放弃了，功亏一篑，功败垂成。

人生是一场搏斗。敢于搏斗的人，才可能是命运的主人。在山穷水尽的绝境里，再搏一下，也许就能看到柳暗花明；在冰天雪地的严寒中，再搏一下，一定会迎来温暖的春风。

如果你正在努力做某件事，暂时不能挪开路上挡住你的石头，不要紧，不必感到沮丧。那些在远处看起来大得吓人的困难在你走近的时候会渐渐变小。只要有足够的勇气与自信，随着你不断前进，道路会为你而展开。坚定你对自己的信心，你就能减弱困难程度。生命的成功和效率取决于坚定、持久的决心以及做我们心里想做的事的能力。

战胜挫折，战胜自己

有个商人因为经营不善而欠下一大笔债务，由于无力偿还，在债权人频频催讨下，精神几近崩溃，他因此萌生了结束生命的念头。

苦闷至极的他，有一天独自来到亲戚的农庄拜访，心里打算在仅有的时间里，享受最后的恬静生活。

当时，正值八月瓜熟时节，田里飘出的阵阵瓜香吸引了他。守着瓜田的老人看见他到来，便热情地摘了几个瓜果，请他品尝。不过，心情仍然低落的他，一

13 罗伯特定律：最大的敌人就是你自己

点享用的心情也没有，但是又无法拒绝老人家的好意，便礼貌地吃了半个，并随口赞美了几句。

然而，老人家听到赞扬，却非常喜悦，他开始滔滔不绝地诉说着自己种植瓜果所付出的心血与辛苦：

“四月播种，五月锄草，六月除虫，七月守护……”

原来，他大半生都与瓜秧相伴，流了不少汗水，也流过许多泪水。在瓜苗出土时，遭遇旱灾，但是为了让瓜苗得以成长，老人家即使每天来回挑水也不觉得辛苦。

又有一年，就在收获前，一场冰雹来袭，打碎了他的丰收梦；还有一年，金黄花朵开得相当茂盛时，一场洪水让这一切都泡汤了……

老人说：“人和老天爷打交道，少不了要吃些苦头或受些气，但是，只要你能低下头，咬紧牙，挺一挺也就过去了。因为，最后瓜果收获时仍然全部都是我们的。”

老人指着缠绕树身的藤蔓，对着心事重重的商人说：“你看，这藤蔓虽然活得轻松，但是它却一辈子都无法抬头！只要风一吹，它就弯了，因为它不愿靠自己的力量活下去。”

这番话让商人醒悟了过来，他吃完手中剩下的半个瓜，在瓜棚下的椅子上放了100元钱，以示感激，翌日便踏着坚毅的步履离开了农庄。

五年后，他在城市里重新崛起，并且成为一个现代化企业的老板。

人生在世，谁都会遇到挫折，适度的挫折具有一定的积极意义，它可以帮助人们驱走惰性，促使人奋进。挫折又是一种挑战和考验。英国哲学家培根说过：“超越自然的奇迹多是在对逆境的征服中出现的。”关键的问题是应该如何面对挫折。

当挫折站在我们的面前时，我们开始了选择。正如世上没有完全相同的树叶一样，人与人的选择也是不尽相同的。我们可以选择放弃挫折，绕道而行，不必为了遇到挫折而难过，也不用去付出什么努力；我们也可以选择正面地迎接挫折，毫无畏惧，虽然我们为此付出了辛勤的劳动，可是我们却可以收获战胜困难的喜悦与兴奋，也有了今后战胜困难的勇气。

练就“豺狼”性格

在自然界，生物为了生存而奋斗，从来就没有谁有资格扮演天生的英雄角色，而狼在艰苦的环境中所表现出的野性，正是我们销售员最应该尊敬的地方。

在人类的记忆里，对狼有很多误解，然而面对发展的困境，又不得不用另一种眼光重新审视狼。狼的个性及社会结构是互相合作、彼此忠诚、善于沟通的生存环境，它们富有挑战和冒险的精神。在狼的生存世界中，为了生存领地，狼会勇敢的发起进攻，即使对手比它强大的多，也毫不畏惧。狼如果不得不对比自己强大的敌人，必群而攻之。只有战斗而生的狼，没有因惧怕战斗而生的狼，狼的生活就是战斗，即使是死也要死在战场上。狼知道如何用最小的代价，换取最大的回报。这就是狼的生存法则。

每一位推销员都应当努力练就这种“狼性”，学习狼的勇敢无畏、富有挑战精神。狼是不畏惧失败的，促使它们勇往直前的是“猎物”，它们知道如果放弃，就要面临饥饿，甚至死亡。有时推销员可能会认为自己遭受的挫折很大，或许有的人会说遭受的打击太沉重了，成功的希望非常渺茫。但是，只要像狼一样锁定“目标”，紧随“目标”，依靠坚韧的承受力，就还有希望，“猎物”就不会逃出掌心。

自然界的法则是弱肉强食，适者生存。在竞争激烈的销售领域，同样也存在着弱肉强食的法则。永不服输的推销员始终会像狼一样，眼中只有猎物，一旦抓住捕猎的机会，便迅疾而上。

“狼性”就是一种强者心态。销售员要的是机会。他们坚信，销售机遇总是落在有准备的人手中。而弱者心态的销售员要的是稳定的工作环境和报酬，以图安逸的生活。

销售工作是很辛苦的，竞争激烈，这就要求销售员要有狼一样的忍耐性格。忍耐是走向销售成功的一大法宝。在销售工作中，推销员作出错误的选择或错误决定，往往都是在情绪高涨，缺少控制、缺乏忍耐的时候，所以，学会忍耐是每位推销员必备的性格素质。学会忍耐可以使自己的情绪稳定，能够不温不火地驾驭自己的喜怒哀乐，则百事可做，百事可成。当销售员面对无法抗拒而又无法改

13 罗伯特定律：最大的敌人就是你自己

变的不平之事，就需要选择忍耐。

无论从事什么工作，都不可能不受到委屈，事事遂心愿。做销售更是如此，销售人员要具备狼的忍耐性，在极其恶劣的环境下，孤注一掷，不屈不挠。实际上，销售员最该忍耐也是最该克服的是内心的彷徨与焦虑，业绩不如人时，压力大，对自己没信心，领导有时还会埋怨两句，这都会造成心理负担。学会忍耐关键是调节好心态，相信风雨过后是彩虹，忍耐的最终目的是等待着机会的到来。

总之，悄无声息、瞄准目标、伺机而发、夺取主动权，这是狼的成功秘诀，充分体现了狼的忍耐性和攻击性。做销售也是如此，一定要对自己狠一点，就一定能做个成功的销售员。



罗伯特定律告诉你：战胜自己的 32 字秘诀

成功的人都不是一蹴而就的，他们都是在不断挑战自己的过程中，为自己树立更高的目标，一步步走向人生的辉煌。敢于向自己挑战的，一定是非常有自信的人，他认为自己一定能够比现在更好，所以不断提高对自己的要求，敢于挑战自己人一定很有斗志，因为他喜欢让自己变得更好，而要变得更好，必须保持斗志，有热情。

1. 志存高远，信念坚定

远大的目标能焕发出激昂的斗志，不懈的努力能征服任何艰难困苦。高标准严格要求自己，付出滴水穿石的努力，才有可能达到理想的彼岸。

2. 见贤思齐，知耻后勇

人贵有自知之明，对自己的优劣长短，要有一个全面的、正确的认识。只有正视自己的缺点，看到自己的短处，自觉与别人的长处对照，深入剖析自身的弱点、缺点和错误，才能发现差距何在，才能知耻后勇，努力剔除自身消极的东西，在自省中自励，在反思中提高，在提高中不断战胜自己。

3. 积极进取，自强不息

“业精于勤荒于嬉，行成于思毁于随”。勇于突破自我、超越自我的人，是生活的强者；任何一劳永逸、一蹴而就的想法，都是不切实际的幻想。

4. 挖掘潜力，挑战极限

每个人都拥有自己的梦想，但是到头来真正能够实现自己梦想的人却很少，为什么？人的智商不会有太大的差别，能否成功的关键就在于你是否有勇气去挑战自己，能否做到别人做不到的事情，敢于挑战自己的人，往往能够激发自己无穷的潜力，从而取得更大的成就。

14 蘑菇定律： 没有茧中蛰伏，哪来羽化成蝶

【美国一批电脑程序员意外发现，一批刚从学校毕业的新人初入职场很难适应工作环境。具体表现为常常会被置于角落，不受重视或打杂跑腿，得不到丰厚的报酬，接受各种无端的批评、指责、代人受过等。将这种经历过程用蘑菇生长的过程作比喻，即无论你是多么优秀的人才，在刚开始的时候，都只能从最简单的事情做起，就像“蘑菇”一样从最阴暗的角落成长起来。这就是蘑菇定律。

由此可引申为：房屋是由一砖一瓦堆砌成的；足球比赛的最后胜利是由一次一次的得分累积而成的；商店的繁荣也是靠着一个一个的顾客创造的；历数每个重大的成就都是一系列的小成就累积成的；进步是一点一滴不断地努力得来的。】

主动适应环境，而不是让环境适应你

有一首歌唱得好：“把握生命里的每一分钟，全力以赴我们心中的梦，不经历风雨怎么见彩虹，没有人能随随便便成功……”是的，每个人都会遇到挫折和不如意的事情，尤其是刚刚步入职场的人士，面对着各方面的压力和挑战，但只要能顽强地战胜自己的消沉和软弱，磨炼自己的意志和毅力，最终都会坚定地走向真理，看见风雨过后的彩虹，取得更大成功。

有这样一个故事：

上帝造了一群鱼，又给了它们一个法宝，那就是鱼鳔。鱼鳔是一个可以自我控制的气囊，鱼可以用增大或减小气囊的办法，来调节沉浮。这样，鱼在海里就轻松多了，有了气囊，它不但可以随意沉浮，还可以停在某地休息。

鱼鳔对鱼来讲，实在是太有用了。出乎上帝意料的是，鲨鱼没有前来安装鱼鳔。上帝费了好大的劲儿也没有找到它。上帝想，这也许是天意吧。既然如此，那么只好由它去了。

但这对鲨鱼来讲实在太不公平了，它会由于缺少鳔而很快沦为海洋中的弱者，最后被淘汰。为此，上帝感到很悲痛。很多年以后，上帝想起他放到海中的那群鱼来，他忽然想看看它们现在到底如何，他尤其想知道，没有鱼鳔的鲨鱼如今到底怎么样了，是否已经被别的鱼吃光了。

上帝将海里的鱼家庭都找来，面对千姿百态、大大小小的鱼，上帝问：“谁是当初的鲨鱼？”这时，一群威猛强壮、神采飞扬的鱼游上前来，它们就是海中的霸王——鲨鱼。上帝十分惊讶，心想，这怎么可能？当初只有鲨鱼没有鱼鳔，它要比别的鱼多承担多少压力和风险啊。可现在看来，鲨鱼无疑是鱼类中的佼佼者。这到底是怎么回事呢？鲨鱼说：“我们没有鱼鳔，就无时无刻不面对压力，因为没有鱼鳔，我们就一刻也不能停止游动，否则我们会深入海底，死无葬身之地。所以，亿万年来，我们从未停止过游动，没有停止过抗争，这就是我们的生存方式。”

这个故事给我们的启发是：不管在什么时候，一个人的心态都十分的重要，

赛场上、职场上，都是如此，只有拥有良好心态的人才能够更好地实现自己的梦想。一句名言说得好：“人的生命似洪水在奔腾，不遇着岛屿和暗礁，难以激起美丽的浪花。”

牛人都是熬出来的

有个少年想成为少林寺最出色的弟子，他问大师：“我要多少年才能那么出色？”

大师回答说：“至少10年。”

少年说：“10年时间太长了，如果我付出双倍的努力，需要多长的时间？”

大使回答：“20年。”

少年又问：“如果我夜以继日地练习呢？”

大师回答说：“30年。”

少年灰心了，他不解地问大师说：“为什么我每次说更加努力，你反而告诉我需要的时间更长呢？”

大师说：“当你一只眼睛只顾盯着目标时，那么只剩下一只眼睛去寻找道路了。”

这个故事说明了一个道理，做事不要急于求成，踏踏实实一步一个脚印，只要你付出了努力，就会有好的结果。

初入世的人要知道，绝大多数人都要经历蘑菇的萌发过程，而且也是必需的，蘑菇出世没有人会刻意注意，相反在磨掉棱角适应社会，在最单调的工作中学习，认真对待每一件事情，多做事少抱怨，主动学习主动自发，在不被人注意的时候每天都激励自己，才能有所作为。只有在逆境中挣扎，才能激起战斗欲，才能更加奋发图强，成功才能离得更近，不要把工资看成衡量彼此价值的唯一标准。

职场如同竞技场，人的一生几乎一半以上的时间是在职场中拼搏，然而不少职场人却总是“郁郁寡欢”，尤其是刚刚步入工作环境的年轻人，表示自己不快乐，抱怨工作不顺，认为自己收入太少，在单位受不到重视，“我本将心向明月，奈何明月照沟渠。”这句话最能体现他们的心声。

对于很多的职场人士而言，当他们回忆起人生的第一份工作时，恐怕“蘑菇管理定律”是他们对于新工作最深的感悟了。在那段岁月中，他们得不到重视与尊重，被随意驱使，尽管他们的学历与潜力或许比组织中的老成员更有优势，但可能他们需要为那些老成员负责买咖啡、打扫卫生，他们也鲜有在公司中表现的机会，所做的工作与初入公司的梦想遥不可及，甚至感到自己的未来就要湮没在这种琐碎没有成就感的工作中。

从企业的角度来看，由于聘用新人往往意味着风险，除了那些空降到公司的高端人才外，大多新员工都会经历一段类似蘑菇的阴暗时期，如果他们真正是符合公司要求的人才，便会渐渐地从阴暗的角落被迁到阳光的地方，被组织委以重任，在公司中获得发展的时机。由此可见，对于新员工而言，最初的“蘑菇时期”更像是一段羽化的过程，在这个阶段，新员工日渐了解公司的企业文化、熟悉公司内部的人际交往、明晰不同部门之间的分工与合作，为以后在组织的发展打下坚实的基础。

虽然蘑菇管理定律是组织运行的一条潜规则，但很多的职场新人都难以忍受类似蘑菇的职场磨合期，自恃拥有本科或研究生的学历，不愿意放下身段去做一些不起眼的小事情，即使做这些小事情时，也心怀愤懑，甚至不惜挑衅组织和组织中的人员，以怀才不遇的心态离开组织。然而，蘑菇管理定律作为成员在组织发展普遍的规律，初入职场的新人应明白这是职场发展的必经阶段，在这个过程中，注重学他人所长累积工作经验，才是缩短“蘑菇期”的有效途径。

要有点“耐得住烦”的本事

单纯一件事，只要肯下功夫，要把它做好并不难，但一扯上人为因素，简单的事也会变复杂。而依人的智慧、经验、价值观念以及利益的不同，这事复杂程度也会有所不同，就好比一条绳子打上了千百个结，世上的事多半是如此。

比如公司调整人事，好的位子人人想要，施压的施压，钻营的钻营，这就是打了千百个结的绳子；商人要争取大生意，几年前就开始打通人脉、收集情报、训练人员，每个步骤都是问题，也都需要解决，这也有如打了千百个结的绳子。

14 蘑菇定律：没有茧中蛰伏，哪来羽化成蝶

而要解开这些绳子上的结，要的便是“耐烦”。

事实上，要做好一件事，解决一个问题，最需要的是智慧、经验，那么为何在此特别提出“耐烦”二字呢？

这里有几个原因。首先，有智慧、有经验的人固然能做好事，也能解决问题，但若无“耐烦”的本事，则无法做好磨人磨得发狂的事，也无法解决复杂多变、不知从何下手的问题。所以，不能“耐烦”，徒有智慧和经验还不能成就大事。

“耐烦”是和客观环境比耐力，也在和竞争对手比耐力，你能“耐烦”，就不会输。若因不耐烦而半途放弃，那么就先输了，很多在人生竞赛中落后的人都是因为不耐烦，而不是因为智慧不如人！

在工作中往往有一些琐碎而无价值的事，通常是一些不重要的任务或工作，而且报酬低。它消磨你的精力和时间，因此让你不能处理更为重要且当务之急的工作。琐碎无价值的工作可能是将文件归档、清理办公桌抽屉、日常文书工作或者没有紧迫任务时任何人都可以做的那种工作。

如果你刚刚踏上工作岗位，面对每天这些琐碎而无价值的事，是不是会感到厌烦？尤其是在社会中的人，很有干一番事业的雄心，对这些鸡毛蒜皮的小事往往会不屑一顾。人生一世，谁都不甘平庸，都想成就一番大业，不虚此生。可是这世界上能干事的人不少，成大业的却不多，究其原因，方方面面，主客观因素都有。比如，要有良好的社会背景，有千载难逢的机遇，也要有智商、有文化、有修养等。但“耐不得烦”却是一个常常被人忽略的重要因素。

“要能耐得住烦”就是要站得高，看得远，不为眼前的得失而影响大目标，大事业。“耐烦”就是不要急功近利，不因小失大。能耐一次烦，便能耐二次烦，这种本事一变成习惯，将是成就大事业的基础。这种“耐烦”的本事，年轻人尤其要能学到，不要说你年轻气盛而“做不到”，那是托词，这里能告诉你的只是：越早学到，越早获益！

至于如何培养“耐烦”的本事，这并无捷径，也没有速成班，更没有补习班可以教，这是个人意志的问题。换句话说，你只要在碰到“很烦”的事时，便告诉自己——要耐烦！然后仔细地、耐心地、不动气地分析该如何做这些事，解决这些问题，那么慢慢的，你便有了“耐烦”的本事。

丢弃好高骛远，才能挽住成功

现代社会并不缺少伯乐，而是你自己还没有成为一匹千里马。所以，做什么事情都要根据自身的情况量身定做，这样才能达到最终的目标。

美国西部是个有很多发展机会的地方，也是个能赚大钱的地方，所以它是一个非常诱人的地方。许多年轻人都从家乡出来，不远千里到那里打工，去追寻自己的梦想。

其中有两个年轻人，一个叫托尼，另一个叫罗斯，他们两个是在去西部的路上偶然相遇的，说起打工的事情，两人都很激动，于是结伴而行，成了朋友。这两个年轻人都有自己的梦想，都对未来充满了希望。到了美国西部，两人找到住处后，立刻就开始去寻找工作的机会。

一天，两个人在去找工作的路上，同时看见一枚硬币躺在地上，托尼像没有看见一样，抬脚就走了过去，但罗斯却停了下来，弯下腰把那枚硬币毫不犹豫地捡了起来。

托尼看见罗斯弯腰去拣那个硬币，眼中流露出鄙夷的神情。他想，这个朋友真没出息，一枚硬币他都弯下腰去捡，哪里像一个要干大事业的人呢！还是趁早分开好，省得将来拖累我。

而罗斯见托尼像没有看见那枚硬币似的走了过去，心里也在想：这个朋友还说要做大事呢，眼看着钱让它白白地从身边溜走都不去捡，这样的人怎么能成就大事业呢？以后该劝劝他，免得浪费了这大好青春。

后来，两人同去一家小公司应聘。老板说了要做的工作，也讲了工资的多少。托尼一听，感觉工作不仅累，而且工资又很低，所以不屑一顾地离开了；罗斯却很高兴地留了下来。

工作确实很累，但罗斯咬牙坚持了下来，勤奋且努力地工作着。而托尼走了一家又一家的公司，但他都感觉不太满意，认为不适合自己的，所以一直还在不断地寻找着机会。

两年的时间很快就过去了，一天，两个人在街上不期而遇。罗斯因为工作脚踏实地，所以很得老板的赏识，提拔他为经理，又因为罗斯积累了丰富的经验，

14 蘑菇定律：没有茧中蛰伏，哪来羽化成蝶

也攒了不少钱，因此就自己开办了公司，成了老板。而托尼却因为对那些公司的工作都不满意，所以，现在还没有一个固定的工作。

这个事例说明了只有结合自身的情况，从实际出发的人，脚踏实地地走下去，才能达到自己的目标。那些好高骛远的人，虽有梦想，但不从实际出发，最终梦想只能依然是梦想。

很多人都知道，中医给人看病，主要靠的就是经验。而现在的一些中医学院里的教授、专家，虽然在研究中医理论中都是一流的人物，但若让他们去实际操作，给病人们拿药、看病，却是非常的普通。

这样的教授培养出来的学生，大多也是只熟知理论，在实际操作中却是一塌糊涂。一个著名中医学院的毕业生，本来是想在学校中继续待下去，进行理论方面的研究，但因为学校人才过剩，他只好“屈就”到了一家中医院就职。

这家中医院主要缺乏的是一线的大夫、药剂师等。所以，这个毕业生到了医院后，就被安排在门诊部进行实习。这个学生感觉医院如此安排是对人才的浪费，心想以自己名校的学历，进了这家医院，即使不做理论方面的权威，也至少应该干个小领导什么的。却没有想到，自己被安排到了这个小小的门诊部。而要在医院当领导不但需要能力、还要有关系，更重要的是，资历必须到一定的年限才行。了解了这些后，这个毕业生感觉到面前的一切都离自己的梦想遥遥无期，于是非常后悔当初来到了这家医院。这个自我感觉良好的学生，在医院待了几天就烦了，他觉得一切都索然无味。

那些古怪且倔强的中医老头、各种病症的病人、难闻的中药气味等等这些都让他感觉难受，身体心理都不舒服。虽然看似在实习，其实他不配合那些有经验的中医，并且在他们面前整天怨天尤人，做起事来也笨手笨脚。几个月过去了，他还不能开出一张像样的单子，更别说“望、闻、问、切”这些需要用心才能学习到的治病方法了，他甚至连病人的脉搏也找不准，每次几乎都是在帮倒忙。

有一次，这个毕业生与一个老中医发生了冲突，他当着病人的面，把中医说成是巫术，是唬人的把戏，这些污蔑的话，让老中医生气极了。恰好院领导也在旁边诊治病人，看到这个年轻人不但对工作散漫不认真，好高骛远而且如此诋毁自己的工作，就将其辞退。

这就是那些自认为是天之骄子的大学生们，他们忘记了饭需要一口一口地吃，

任何事都不可能一口就吃个大胖子的道理。要知道，即使是那些登上月球的人，他们的出发点也是在地面上，不可能从半空中出发。



蘑菇定律告诉你：顺利度过蘑菇时期的3大诀窍

初出茅庐的年轻人应该时刻清楚：在我们正处于“蘑菇”的成长期时，不要一味强调自己是“灵芝”，这样反而百害而无一益的，要利用现在的环境加快成长的步伐才是关键所在。

以下方法有助于你顺利度过蘑菇时期。

1. 从最低层做起，认真面对现实，消除一切不切实际的幻想

很多年轻人走出校园时，认为自己一开始工作就应该得到重用。但由于缺乏工作经验，也缺乏担当重任的能力，所以只有经过一段时间的磨炼，消除不现实的幻想，稳扎稳打，练好自己的基本功，踏踏实实地做好自己的工作才能慢慢成长起来。

2. 加速适应社会的步伐，更好地融入社会

要想在职场上游刃有余，不仅要有专业的知识和技术，还要有各种社交能力。那些办事能力强、工作积极的人，都有某些共同的行为标准和思考模式。职场新人如果能适应职场中的行为模式和游戏规则，往往能在最初一段时间的“蘑菇时期”后，快速适应社会。

3. 取得成绩要知足，避免沾沾自喜

对于初出茅庐者来说，在做完工作、取得成绩之后，总是希望上司和同事会注意自己，并得到他们承认和赞扬。事实上，并不是每一点成绩都会被别人看在眼里。因此，避免沾沾自喜的心态，沉下心来，考虑还有哪些方面的不足，如何才能做得更好，为了取得更大的成绩，应脚踏实地，一步一个脚印走下去。

15 羊群效应： 别被潮流牵着鼻子走

【在一群羊前面横放一根木棍，第一只羊跳了过去，第二只、第三只也会跟着跳过去；把棍子撤走，后面的羊走到这里，仍然像前面的羊一样向上跳一下，这就是所谓的羊群效应，也称从众心理。从众心理是人们最普遍的心理特征之一，人们很容易受到大多数人趋向的影响，导致盲从，结果陷入骗局或遭到失败。

羊群效应，指由于对信息缺乏了解，投资者很难对市场未来的不确定性作出合理的预期，往往是通过观察周围人群的行为而提取信息，进而产生从众行为。】

社会传统是如何形成的

很多人都有这样的经历，当进入一个陌生的场所后，如果对该场所的规则不甚了解的话，就会暗暗地模仿其他人的举动，以免自己做出超乎规则的举动，遭到他人的嘲笑。从心理学的角度来看，这便是一种“从众行为”。所谓的“从众行为”，就是对于一些自己不熟悉的情境，或者自己不确定自己的判断是否正确の場合，为了避免自己的态度和行为不合时宜，招致他人的取笑，很多人一般会倾向于跟随大多数人的观点和做法，以致所有的人都采取了同样的行为。

在我们的生活中也有这样的体会：一个卖菜的地方没有人买，当你走过去挑菜准备买的时候就会有人跟着过来挑，一会儿人就聚满了。美国人詹姆斯·瑟伯有一段十分传神的文字，来描述人的从众心理：“突然，一个人跑了起来。也许是他猛然想起了与情人的约会，现在已经过时很久了。不管他想些什么吧，反正他在大街上跑了起来，向东跑去。另一个人也跑了起来，这可能是个兴致勃勃的报童。第三个人，一个有急事的胖胖的绅士，也小跑起来……十分钟之内，这条大街上所有的人都跑了起来。嘈杂的声音逐渐清晰了，可以听清“大堤”这个词。

“决堤了！”“这充满恐怖的声音，可能是电车上一位老妇人喊的，或许是一个交通警察说的，也可能是一个男孩子说的。没有人知道是谁说的，也没有人知道真正发生了什么事。但是两千多人都突然奔逃起来。“向东”人群喊叫了起来。东边远离大河，东边安全。“向东去！向东去！”

你可以做个试验：当你站在大街上抬头往天上看，立刻会有第二个人站在你的旁边抬头往天上看，接着就是第三个人，第四个人，一会儿就会有一大帮人跟着你往天上看，其实天上除了云彩什么也没有。

个人很容易受到人群行为的操纵，让自己的知觉、判断、认识表现出符合于公众舆论或多数人的行为方式。通常情况下，多数人的意见往往是对的。个人服从多数，一般是不错的。但缺乏分析，不作独立思考。不顾是非曲直的随大流走，则是不可取的，是消极的“盲从”。学者阿希曾进行过人们的从众心理实验，结果在测试人群中仅有 1/4~1/3 的被试者没有发生过从众行为，保持了独立性。可

见它是一种常见的心理现象。从众性是人们与独立性相对立的一种意志品质；从众性强的人缺乏主见，易受暗示，容易不加分分析地接受别人意见并付诸实行。

谢里夫·穆扎法是美国心理学家，他曾经做过一个与自主运动效应有关的实验，在实验中，他要求参与者判断一个光点的运动量，该光点出现在一个全黑的背景上，没有任何参照点，虽然它实际上是静止的，但看上去是运动的——这便是称之为自主运动效应的知觉错觉。在最初的时候，谢里夫让参与者单独作出判断，个人判断的差异很大。然而，当参与者被召集在一起，每个人都大声地说出自己的判断时，他们的判断就趋向一致。他们一致认为看到光点朝着同样的方向移动，并且移动量也相同。随后，谢里夫让参与者结束集体观看之后，独自回到同样的暗室，让他们重新判断光点是否移动，实验发现他们仍然遵从刚刚形成的群体规范。

人们之所以会从众，有时候便是受到了信息性影响。所谓的信息性影响，便是希望准确无误地了解特定情境下的正确的反应方式。就像那个古老的童话——《皇帝的新装》——所阐述的那样，虽然很多人都没有看到皇帝穿着的衣服，但是他们不确定其他人是否看到了皇帝的新装，如果自己说没有看到衣服，便会被视为愚蠢的人，于是每一个人都追随其他人的观点，一致赞不绝口地说皇帝的新装多么美妙绝伦。

所以，一个人越见多识广，对于自己的观点越自信，便越不容易被群体的力量所征服，从而成为一个有见解的人。

同时，在实验中还体现出这样一种现象：群体解散后，那些参与者独自回到暗室后，仍然遵从既已形成的群体规范，这正揭示了现实生活中的传统是怎么形成的。因为随后的研究发现，关于自主运动所形成的群体规范在一年后的测试中依然存在，即使最初创立规范的小组成员都离开后，最初所形成的关于自主运动的观点仍然传递了下来。通过这个实验，你便会明白那些传统规范为什么至今仍然操纵着现代人的生活了。

理性消费，不盲目跟风

喝惯了绿茶、橙汁、果汁的人们如今有了新的选择，以“王老吉”“苗条淑

女动心饮料”等为代表的一批功能性饮品如今纷纷上市。

这些功能性饮料的显著特点是它们除了饮料所共有的为人体补充水分的功能外，都有一些药用的功能。声称有去火、瘦身等功效，伴随着“尽情享受生活，怕上火，喝王老吉”这句时尚、动感的广告词，“王老吉”一路走红，大举进军全国市场。虽然“王老吉”最初流行于我国南方，北方人其实并没有喝凉茶的传统，但是王老吉药业巧妙地借助了人人皆知的中医“上火”概念，成功地把“王老吉”打造成了预防上火的必备饮料。淡淡的药味，独特的清凉去火功能，令其从众多只能用来解渴的茶饮料、果汁饮料、碳酸饮料中脱颖而出。酷热的夏天，加上现在的人爱吃麻辣川菜，给了消费者预防上火的理由，当然也给了人们选择“王老吉”的理由。

然而药品专家提醒：理性消费不跟风。

医学专家指出，在王老吉凉茶的配料中，菊花、金银花、夏枯草以及甘草都是属于中药的范畴，具有清热的功能，药性偏凉，不宜当作普通食品食用。专家表示，夏枯草的功用是清肝火、散郁结，用于肝火目赤肿痛，头晕目眩，耳鸣、烦热失眠等症，它和菊花、金银花配在一起使用时，应根据具体对象的身体状况对症使用。专家认为，凉茶这种饮料并非老少皆宜，脾胃虚寒者以及糖尿病患者都不宜服用。脾胃虚寒的人服用后会引起胃寒、胃部不适症状。糖尿病患者服用后则会导致血糖升高。可见，功能性饮料并不是适合所有人群。

其实，在现实生活中，类似的消费跟风的例子还不少，比如每年大学必有的“散伙饭”。

所谓的“散伙饭”就是“离别饭”。三四年的同学生活、宿舍密友，转眼间就要各奔东西了，这个时候自然要聚一聚，喝酒、聊天，于是“散伙饭”成了大学生表达彼此间依依惜别之情的方式。

然而，本来是为了将“散伙饭”作为大学里最后的记忆，却渐渐地变了味。“散伙饭”不仅越吃越多，有的越吃越高档，越来越上档次，价钱也越来越高昂，成了“奢侈饭”。

大学生毕业的时候吃“散伙饭”显然已经成了一种“定律”，届届相传。其实，“散伙饭”只是大学生的一种“跟风”现象。

看到以前的学长们在吃“散伙饭”，看着周围的同学在吃“散伙饭”，自己

怎能不吃呢？这是一种“不服”的心理作用。你在学校食堂吃散伙饭，那么我也吃，我们到外面饭店去吃，比谁的档次高。于是，跟风的人越来越多，吃得越来越多，档次也越来越高。

这种一味跟风，只图一时宣泄情绪的行为，往往给许多学生的家庭带来了财务负担。对家庭而言，培养一个大学生已经是花费了不少钱财，豪华的饭局却又加重了家庭的开支。家庭富裕的也许并不会在意什么，然而家庭比较贫困的呢？为了不丢孩子的面子，再“穷”也要让孩子在大学的最后时刻风风光光地毕业。这不仅突出了同学间的贫富不均的现象，反而容易引起贫困生们的自卑心理。对于学生而言，绝大多数都是依赖父母，有钱就花，花完再要，大摆饭局只为跟风、攀比，满足彼此的虚荣心，十分不利于培养学生正确的理财观、消费观，助长了社会“杯酒交盏，排场十足”的铺张浪费之风。不仅如此，错误的消费观还会影响到大学生日后就业，他们甚至可能所挣的工资会连在校时的消费水平都不如，这也就相应地加大了他们就业的压力。

羊群效应告诉我们，许多时候，并不是谚语说的那样——“群众的眼睛是雪亮的”。在市场中的普通大众，往往容易丧失基本判断力，人们喜欢凑热闹、人云亦云。有时候，群众的目光还投向资讯媒体，希望从中得到判断的依据。但是，媒体人也是普通群众，不是你的眼睛，你不会辨别垃圾信息就会失去方向。所以，收集信息并敏锐地加以判断，是让人们减少盲从行为，更多地运用自己理性的最好方法。

做一匹特立独行的狼

老猎人圣地亚哥最喜欢听狼嚎的声音。在月明星稀的深夜，狼群发出一声声凄厉、哀婉的嚎叫，老人经常为此泪流满面。他认为那是来自天堂的声音，因为那种声音总能震撼人们的心灵，让人们感受到生命的存在。

老人说：“我认识这个草原上所有的狼群，但并不是通过形体来区分它们，而是通过声音——狼群在夜晚的嚎叫。每个狼群都是一个优秀的合唱团，并且它们都有各自的特点以区别于其他的狼群。在许多人看来，狼群的嚎叫并没有区别，

可是我的确听出了不同狼群的不同声音。”

狼群在白天或者捕猎时很少发出声音，它们喜欢在夜晚仰着头对着天空嚎叫。对于狼群的嚎叫，许多动物学家进行过研究，但不能确定这种嚎叫的意义。也许是对生命孤独的感慨，也许是通过嚎叫表明自身的存在，也许仅仅是在深情歌唱。

在一个狼群内部，每一匹狼都具有自己独特的声音，这声音与群体内其他成员的声音不同。但是，当狼群深情地嚎叫时，它们成为一个最完美的整体。狼群虽然有严格的等级制度，也是最注重整体的物种，但这丝毫不妨碍它们个性的发展和展示。即使是具有最大权力的阿尔法狼，也没有权力去要求其他的狼模仿自己的声音嚎叫，也没有权力去要求其他的狼模仿自己的行为。

每一匹狼都掌握着自己的命运和保留着自己的独立个性。同样，就投资而言，我们每一个人的未来终归掌握在自己手里。你愿意去做一只待宰的羔羊，还是做一匹特立独行的狼？

答案很明确，做一只待宰的羔羊肯定会被狼吃掉。

可是，人们在实际的投资过程中，往往意识不到自己在不经意间已经加入了羊群。

我们要时刻保持警惕，时刻保持自己的个性，时刻保持自己的创造性，自己把握自己的未来。

下面，我们再来看一个特立独行者的例子：

20世纪50年代，斯图尔特只是华盛顿一家公司的小职员。一次，他看了一部表现非洲生活的电影，发现非洲人喜爱戴首饰，就萌发了做首饰生意的念头。于是他借了几千美元，独自闯荡非洲。

经过几年的努力，他的生意已经做到了使人眼红的地步，世界各地的商人纷纷赶到非洲抢做首饰生意。

面对众多的竞争者，斯图尔特并不留恋自己开创的事业，拱手相让，从首饰生意中走出来，另辟财路。

斯图尔特的成功就是靠“独立创意”这一制胜要诀。这是他善于观察、善于思考得来的。

从众心理，顾客的致命弱点

精明的商人利用了人们的从众心理来操纵人们，例如商业广告就是把自己的商品炒热，使人们的认识趋同，从而达到销售的目的。

先给大家说一个在零售商场购物的场景。

一位顾客在柜台旁看商品，营业员热情地跑过来问“先生要买什么，我可以帮你”，结果顾客说“我随便看看”，于是离开了柜台。一会儿柜台又来了一群人买，大家叽叽喳喳地询问营业员。过不了一会儿就有一人掏钱买下了一个，于是其他人纷纷准备购买。这时候，先前的顾客又出现了！他在旁边认真地听着，看着，还拿起了商品反复看。结果他说：“喂，给我也拿一件！”

这是实际发生在每一个柜台上的故事，是你、我、他都可能存有一种购物时的习惯，那就是从众心理。

你在挑选商品的时候是不是也有这样的从众心理呢？你在购买时所关注的是商品的什么呢？价格？信誉？还是对商品的了解和熟悉度？不敢下单，或者是觉得门槛太高？还是缺少示范，没人在你前面购买这样的商品？

买家看到的“很多人”是如何“看”的呢？在网络这样的一个虚拟的购物环境中，顾客看到的就是商品的销售量，浏览量，及其顾客对商品的评价，还有最新商品促销通知等，都能为用户营造这种“绝不仅有你一个人在购物”的环境。营造“有人”而且“人很多”的氛围告诉顾客，买这件商品的顾客并不仅只有你，你购买这件商品是很合情合理合群的行为。在你之前，很多人已经购买了这些商品，在你之后还会有很多人继续来买。不用担心，勇敢地按下“确认”键。

这就是我们的从众心理，每个人都有，无可避免的。再看一个例子：

一女士打算去商场买衣服，经过商场门前的广场时，发现一群妇女围着一个人在抢什么东西。这位女士开始并不在意，等她走近一看，原来有一小商贩正在叫卖女士夏天穿的丝袜，十元钱三双，小商贩说是因厂家出口超过订单的部分要赶快变成现金冲抵成本才如此廉价的。不买的话，“错过这一村就没有那一店了”。这位女士原计划是去买衣服的，结果看见好多女性都蜂拥而来去抢购，结果也忍不住自己的从众心理去买了一大堆丝袜回家。

且不说那丝袜的来历是不是小商贩说的原因，也不说丝袜质量好坏。单就从

这位女性从不想买到想买的过程，就是典型的购买行为中的从众心理使然。

“从众心理”其实是一种顾客购买过程的心理活动，通俗地解释就是“人云亦云”、“随大流”；大家都这么认为，我也就这么认为；大家都这么做，我也就跟着这么做。商家如果能有效地掌握或调动顾客购买行为中的从众心理，肯定有助于产品的销售。

当然，“从众心理”也具有正反两个方面的结果：消极的一面是抑制顾客个性，束缚思维，扼杀创造力，使人变得无主见和墨守成规，这也是商家希望看到的；但也有积极的一面，即有助于顾客学习他人的智慧经验，扩大视野，克服固执己见、盲目自信，修正自己的思维方式、减少不必要的烦恼和误会。所以买卖双方无时无刻不在暗里明里“博弈”。

其实掌握顾客的心理，比起其他条件如产品的价格、特色等，在营销上反而更有决定性。因为一切购买行为，到最后都是取决于顾客当时的心理导向。古语云：“攻心为上，攻城为下”，如今“心战为上，兵战为下”已成为营销战争的秘籍。“攻心为上”对营销来说关键就在于抓住顾客的心。

我们通常会发现这样一种现象，顾客不论是买东西或是吃饭，都喜欢往人多的地方去。如哪家商场的人多，那么将会有越来越多的消费者挤进去；哪家大排档生意好，即使没有空位，顾客也愿意花时间去等，而不愿意离开。任何商店都是如此。如果顾客发现哪家商店的人多，都会不由自主地走进去逛一逛、看一看是不是有什么力度大的促销活动。即使附近的一家商店没什么人，也少有消费者会主动进去看看。这也就是所谓的从众心理。有从众心理的顾客，有些并不是有急切的需要，而是为了凑热闹，看是否能得到实惠进行消费，以求得心理上的满足。面对顾客的从众心理，营业员可运用专业、时尚、口碑、热销的促销语言趁热打铁，促成交易。

顾客接受营业员推荐的时候不敢做决定，营业员告诉顾客谁谁在使用，尤其是她认识的朋友也在用，顾客就会放心的购买。为什么做广告都要找明星找有影响力的人物？因为他们可以影响消费者的消费行为，人们看到著名人物的广告就会顺应大众的心理，营造一种你想我在使用，我想你也在用，大家想大家都在用的共同想法，正是大家想大家都在用的心理，广告就发挥了巨大的作用，广告就是利用人的从众心理产生效果的。

不做随波逐流的人

中国有句俗语：不在一棵树上吊死。做任何事都要学会变通，成功因人而异，方法与角度千变万化，任你挑选。

1850年，美国旧金山来了一大批淘金者。那时，这里已经是一个很热闹的地方，到处是熙熙攘攘、川流不息的人群。这些人大都衣衫褴褛、蓬头垢面，一副疲于奔命的样子。他们尽管种族不同、语言各异，但是满脑子里都在做一个共同的美梦：淘金发财。

自从美国西部发现了金矿，便掀起了“淘金热”，世界各地希望“一夜暴富”的人都向这里涌来。在这川流不息的人群中，有一个叫李维·施特劳斯的犹太年轻人。他抛弃了自己厌倦的家族世袭式的文职工作，跟着两位哥哥远渡重洋赶到了美国来“发财”。

但现实并非李维想象的那样：这里淘金的人多如牛毛，淘金不是一件好做的事情。

他是一个比较实在的人，心里盘算，做生意或许比淘金更容易赚钱。于是他就开了一间卖日用品的小店。

从德国来到美国，一切都是新的——既新鲜又是那样的生疏。要开好这个小店，他得向当地的美国商人学习做生意的窍门，学习他们的语言。犹太人做生意天赋极高，他们自从被赶出家园之后，在世界各地流浪多年，就是靠他们高超的经商头脑，才在世界各地生存下来。李维也不例外。没过多久，他就成为一个地道的小商贩了。

一次，有位来小店的淘金工人对李维说：“你的帆布很适合我们用，但如果你能用帆布做成裤子，就更适合我们淘金工人用了。我们现在穿的工装裤都是棉布做的，很快就磨破了。用帆布做成裤子一定很结实，又耐磨、又耐穿……”

说者无意，听者有心。一句话就把李维点醒了。他连忙取出一块帆布，领着这位淘金工人来到了裁缝店，让裁缝用帆布为这个工人赶制了一条短裤——这就是世界上第一条帆布工装裤。就是这种工装裤后来演变成一种世界性的服装——

李维牛仔褲。

那位矿工拿着帆布短裤高高兴兴地走了。李维也已经考虑成熟了：立即改做工装裤。

成功人士的过人之处就在于能紧紧抓住很多偶然的東西，做出惊人的成就。李维就是这样：帆布短裤一生产出来，就受到那些淘金工人的热烈欢迎。这种裤子的特点是结实、耐磨、穿着舒适——大量的订货单如雪片般飞来。李维一举成名。

1853年，李维成立了“李维帆布工装裤公司”，大批量生产帆布工装裤，专以淘金者和牛仔为销售对象。

顾客的要求就像上帝的旨意，否则，就会在弱肉强食、优胜劣汰的市场中失去优势，甚至一败涂地。

李维对此是心知肚明的。从帆布工装裤上市的第一天起，他就没有停止过思考如何对自己的产品进行创新，哪怕是产品处于供不应求的状态，他还是不断从生活中发现问题，产生更新的创意。

他亲自到淘金现场，细心观察矿工的生活和工作特点，想方设法使自己的产品更能满足顾客的需求。为了让矿工免受蚊叮虫咬，他将短裤改为长裤；为了便于矿工把样品矿石放进裤袋时不会裂开，他将原来用线缝改为用金属扣钉牢；为了让矿工们更方便装东西，他又在裤子的不同部位多加了几个口袋等。

通过这些不断的改进和提高，李维的裤子越来越得到矿工的欢迎，生意更加兴隆了。

后来，李维发现，法国生产的哗叽布与帆布同样耐磨，但是比帆布柔软多了，且更美观大方，于是决定用这种新式面料替代帆布。不久，他又将这种裤子改缝得较紧身些，使人穿上显得挺拔洒脱。一系列的改进，使裤子更受矿工们欢迎。经过不断地改进，牛仔褲的特有式样形成了，“李维褲”的称呼也渐渐改为“牛仔褲”这个独具魅力的名称。

都说全世界犹太人最聪明、最会做生意。东方不亮西方亮。淘金不成，可以选择“分金”，这样的手段的确高明。

仔细想想，这为数众多的淘金者和我们为了生计而奔波的芸芸众生何其相似。在国内一度出现教师热、学医热、生物工程热……一时间，人们不能冷静地分析，更别说用一颗平常心来面对这样不正常的社会现象。于是求学者趋之若鹜，结果

只能造成某些行业的过度饱和。

此时，我们不妨学学李维，不被金钱冲昏头脑，不随波逐流，用平常心来看待“淘金”，同时要多动脑子，做一个聪明的“分金者”吧！

投资切勿随大流

凯恩斯曾经指出：“从事股票投资好比参加选美竞赛，谁的选择结果与全体评选者平均爱好最接近，谁就能得奖，因此每个参加者都不选他自己认为最美者，而是运用智力，推测一般人认为最美者。”出于归属感、安全感和信息成本的考虑，小投资者往往会采取追随大众和追随领导者的方针，直接模仿大众和领导者的交易决策，以此来规避投资风险。除此之外，系统机制也可能引发“羊群效应”。比如，当资产价格突然下跌造成亏损时，为了追加保证金或者遵守交易规则，一些投资者便不得不将他们持有的资产割仓卖出。如果很多的人都投资股票市场，便可能导致投资者能量迅速积聚，从而形成趋同性的“羊群效应”。在追涨的时候大家都蜂拥而至，大盘跳水时，恐慌心理漫山遍野，每个人都恐慌出逃，此时极易将股票杀在地板价上。这就是为什么牛市中慢涨快跌，而杀跌又往往一次到位的根本原因。

“假如你在绝望时抛售股票，你一定卖得很低”——这是投资大师彼得·林奇的金玉良言——其实当市场处于低迷状态时，正是进行投资布局、等待未来高点收成的绝佳时机。但是由于大多数人存在着“羊群心理”，当大家都对未来悲观时，一些具有最佳成长前景的投资品种也无人问津；等到市场热度增高，大家又争先恐后地进行抢购，随着市场的调整，再一窝蜂地匆忙杀出——可以说，“羊群效应”是大多数投资人都无法克服的投资心理。

一位石油大亨到天堂去参加会议，一进会议室，发现座无虚席，自己没有地方落座。于是，他灵机一动，大喊一声：“地狱里发现石油了！”

这一喊不要紧，天堂里的石油大亨们纷纷向地狱跑去，很快，天堂里就只剩下那位石油大亨了。

这时，大亨心想，大家都跑了过去，莫非地狱里真的发现石油了？

于是，他也急匆匆地向地狱跑去。

在实际的投资生活中，这种从众的“羊群效应”现象也比比皆是。但是，那些从众的“羊”，并没有像自己想象中的那样赚到利润，而是很容易成为被“宰割”的对象。

就拿中国目前的股市来说，很多散户被股市情绪所控制，从而出现从众心理：好的时候都蜂拥而上，坏的时候都消极沮丧。其实，在股市投资中，往往少数人的看法才是正确的。

例如，股市大亨们想从散户手中拿到廉价的筹码，一般喊一嗓子：“天堂在2500点以下！”结果，那些原先看好3000点的散户都纷纷放弃原有位置，蜂拥到2500点去寻找自己的天堂。但是，通往2500点的路很快就被截断了，当他们不得不再回来后，却发现自己原来的位置被大亨们占据了。两手空空的散户们仍然渴望进入天堂，这时，大亨们又喊话了：“真正的天堂是在5000点上方。”有些散户忘了先前吃的亏，再一次相信这种忽悠。同时，由于从众心理，其他散户也会随之争先恐后涌向5000点，而大亨们早就半道下车了。真正倒霉的，就是那些没有主见、盲从的散户。

事实上，无论是股票也好，基金也好，乃至自己投资开公司，心态是非常关键的。社会心理学家研究发现，持某种意见人数的多少是影响从众心理的最重要的一个因素，很少有人能够在众口一词的情况下，还坚持自己的不同意见。

虽然我们每个人都认为自己有判断能力，但是在很多时候，我们总是不自觉地随大流，因为我们每个人不可能对任何事情都了解得一清二楚，对于那些自己不太了解、没有把握的事情，一般就会采取随大流的做法了。然而，这种做法带来的收益，往往与我们期望的大相径庭。



羊群效应告诉你：避免从众心理干扰的5个方法

羊群效应带给我们的启示：

1. 对他人的信息不可全信也不可不信，凡事要有自己的判断，出奇能制胜。
2. 许多时候，并不是谚语说的那样——群众的眼睛是雪亮的。在市场中的普

15 羊群效应：别被潮流牵着鼻子走

通大众，往往容易丧失基本判断力。

3. 收集信息并敏锐地加以判断，是让人们减少盲从行为，更多地运用自己理性的最好方法。

4. 寻找好领头羊是利用羊群效应的关键。

5. 要有自己的创意，才是你脱颖而出的捷径。保持创新意识和独立思考的能力，是至关重要的。

16 青蛙法则： 没有危机感就是最大的危机

【19 世纪末，美国康奈尔大学进行了一个有趣的实验：他们将一只青蛙扔进一个沸腾的大锅里，青蛙一接触到沸水，便立即触电般地跳到锅外，死里逃生。实验者又把这只青蛙丢进一个装满凉水的大锅，任其自由游动，然后用小火慢慢加热。随着温度慢慢升高，青蛙并没有跳出锅去，而是被活活煮死。试验中的青蛙第一次之所以能“逃离险境”，是因为它受到了沸水的剧烈刺激，于是便使出全部的力量跳了出来。第二次虽然可以感觉到外界温度的变化，却因惰性而没有立即往外跳，直到后来热度难忍而失去逃生能力被煮熟。这只青蛙失去了警惕，没有了危机意识，然而当它感觉到危机时，已经没有能力从水里逃出来了。青蛙法则旨在提示人们要懂得居安思危。】

生于忧患，死于安乐

在人生旅途中，逆境催人警醒，激人奋进，而安逸优越的环境却消磨人的意志，使人耽于安乐，尽享舒适，常常一事无成。而懂得“生于忧患，死于安乐”的道理的人，往往能发现隐藏在社会的发展和变化中的一切机会，在变化中树立竞争和危机意识，迎接新生活中不确定因素的挑战。

孟子曾说过的一句话：“生于忧患而死于安乐也。”一个人如果丧失了忧患意识，那么就会像被水煮的青蛙一样，在麻木中“死亡”。所以，在漫漫人生旅途中，我们要保持清醒的头脑和敏锐的感知，对新变化做出快速的反应。不要贪图享受，安于现状，否则当你感觉到环境已经使自己不得不有所行动的时候，你也许会发现，自己早已错过了行动的最佳时机，等待你的只是悲哀、遗憾和无法估计的损失。

我们都希望自己能一帆风顺，不希望遇到忧患与危机。客观上讲，忧患与危机并不是什么可怕的魔鬼，当它们出现在我们面前时，往往能激发潜伏在我们生命深处的种种能力，并促使我们以非凡的意志做成平时做不成的大事。所以，与其在平庸中浑浑噩噩地生活，不如勇敢地承受外界的压力，过一种更有创造力的生活。

拿破仑在谈到他手下的一员大将马塞纳时曾说：“平时，他的真面目是不会显现出来的，可当他在战场上看到遍地的伤兵和尸体时，那种潜伏在他体内的‘狮性’就会在瞬间爆发，他打起仗来就会勇敢得像恶魔一样。”

再如拿破仑本人，如果年轻时没有经历过窘迫而绝望的生活，也就不可能造就他多谋刚毅的性格，他也就不会成为至今为人们所景仰的英雄人物。贫穷低微的出身、艰难困顿的生活、失望悲惨的境遇，不仅造就了拿破仑，还造就了历史上的许多伟人。例如，林肯若出生在一个富人家的庄园里，顺理成章地接受了大学教育，他也许永远不会成为美国总统，也永远不会成为历史上的伟人。正是有了那种与困境作斗争的经历，使他们的潜能得以完全爆发，从而发现自己的真正力量。那些生活在安逸舒适中的人，他们往往不需要付出太多努力，也不需要个人奋斗就能达到目的，所以潜伏在他们身上的能量就会被“遗忘、湮没”。

当今世界上，有许多人都把自己的成功归功于某种障碍或缺陷带来的困境。

如果没有障碍或缺陷的刺激，也许他们只能挖掘出自己 20% 的才能，正因为有了这种强烈的刺激，他们另外 80% 的才能才能够得以发挥。

要有居安思危的意识

有一个故事是这样的：把一只小老虎与几只小猫混在一起，主人很难辨别出来，仍然像往日一样喂食给他们。随着时间的推移，小老虎逐渐长大，具有了老虎的样貌特征。但主人已经习惯将虎当猫喂养，却没有意识到潜在的危险。有一天，老虎露出了它的野性，吃掉了小猫，还对主人发起了攻击，这时主人才发现，原来是只老虎，却悔之晚矣。

古代神医扁鹊的故事人人皆知。扁鹊给病人看病，当疾病尚表现在皮肤气色上时，他就已经观察出，但病人以为只是小病，故不就医；过了几天，疾病已进入到病人的肌骨，扁鹊劝说医治，可病人仍旧不听。直到疾病已进入腑脏，病人已行将就木了，才慌忙召唤扁鹊，可已经来不及了。

“讳疾忌医”的故事恰好说明了这样一个问题：并不是危机发生后再启动应急措施，而是善于发现问题，提前将危机扼杀在萌芽阶段，才防患于未然。

伊索寓言里有一个这样的故事：

有一只野狼卧在草上勤奋地磨牙，被一只狐狸看到了，就对它说：“天气这么好，大家在休息娱乐，你也加入我们队伍中吧。”

野狼没有说话，继续磨牙，把它的牙齿磨得又尖又利。

狐狸奇怪地问道：“森林这么静，猎人和猎狗已经回家了，老虎也不在近处徘徊，又没有任何危险，你何必那么用劲磨牙呢？”野狼停下来回答说：“我磨牙并不是为了娱乐，你想想，如果有一天我被猎人或老虎追逐，到那时，我想磨牙也来不及了。而平时我就把牙磨好，到那时就可以保护自己了。”

从这个寓言故事中我们懂得做事应该未雨绸缪、居安思危，这样在危险突然降临时，才不至于手忙脚乱。“书到用时方恨少”，平常若不充实学问，临时抱佛脚是来不及的。也有人抱怨没有机会，然而当升迁机会来临时，再叹自己平时没有积蓄足够的学识与能力，以致不能胜任，也只好后悔莫及。

在自危意识中前进

未来是不可预测的，我们要有危机意识，在心理上及实际行为上有所准备。有了这种意识，或许不能让问题消弭，却可把损害降低，为自己打开生路。

常言道，一个国家如果没有危机意识，迟早会出问题；一个企业如果没有危机意识，迟早会垮掉；一个人如果没有危机意识，也肯定无法取得新的进步。

工作总是在无限制地增加，我们总是默默地接受。如果一次性要求完成太多的工作，大多数人会选择立刻离开。但是，只要每次要求多做一点，反而大部分人都接受、甚至习惯。

人天生就是有惰性的，总愿意安于现状，不到迫不得已多半不愿意去改变已有的生活。若一个人久久沉迷于无变化、安逸的生活时，就往往忽略了周遭环境等的变化，当危机到来时就像那只青蛙一样只能坐以待毙。“青蛙效应”成为了我们意识中的警钟。

企业竞争环境的改变大多是渐热式的，如果管理者与员工对环境之变化没有敏锐感觉，最后就会像这只青蛙一样，被煮熟、淘汰。作为一个企业的领导者要善于将这种危机意识向所有的员工灌输，使每位员工都具备居安思危的思想，提高员工的警惕性，使危机管理能够落实到每位员工的实际行动中，做到防微杜渐、临危不乱。

那么，我们具体该如何在当今竞争激烈的社会中提升自己的危机意识呢？下面，来看看闻名于世的波音公司的一个有趣做法。

波音公司以飞机制造闻名于世。为了提升员工的忧患意识，一次，公司别出心裁地摄制了一部模拟倒闭的电视片让员工观看：

在一个天空灰暗的日子，公司高高挂着“厂房出售”的招牌，扩音器传来“今天是波音公司时代的终结，波音公司关闭了最后一个车间”的通知，全体员工们一个个垂头丧气地离开工厂……

这个电视片使员工受到了巨大震撼，强烈的危机感使员工们意识到：只有全身心投入生产和革新中，公司才能生存，否则今天的模拟倒闭将成为明天无法避

免的事实。

看完模拟电视片，员工们都以主人翁的姿态，努力工作，不断创新，使波音公司始终保持着强大的发展后劲。

事实上，波音公司的这种做法不仅对企业有深刻启示，对于行走职场的个人来说，同样具有一定的借鉴作用。

现实生活中，我们也应该像波音公司的员工那样，时刻提醒自己：只有全身心投入生产和革新中，公司才能生存，我们才有机会发展，否则今天意识中的倒闭将成为明天无法避免的事实。

当今社会的快节奏和激烈的竞争，令很多人在35岁时遇到这样一个困惑：为什么多年来我一事无成？接下来的岁月我应该做些什么？在机会面前，许多人不敢贸然决定。因为他们从心理上理解了人生的有限，而自己也开始重新衡量事业和家庭生活的价值，于是产生了职业生涯危机。这就是著名的“35岁危机论”。

罗伯特先生，35岁，自言感觉过去对工作、对自己的认识似乎有错误，而自己长期养成的行为习惯好像变成了事业的绊脚石。想改变自己，又不忍心否定过去；想改变生活方式，又担心选择的并不是最适合自己的。两年前，他终于下定决心放弃了某公司副经理的职位，参加MBA考试并重回校园深造。

现在，完成学业的罗伯特先生在工作时却犯了难。罗伯特先生业已投出上百份简历，但有回音者寥寥无几。罗伯特先生说，自己并不要求高起点的薪金，而只要求一个管理类的工作职位。然而他发现，“社会上已经人满为患”。

罗伯特先生曾读过一篇题目为《35岁，你还会换工作吗》的文章，文中专家说：“社会对35岁以上的求职者提出了较高的要求，必须通过不断学习和更新知识，提高自身竞争力。”对此罗伯特先生很纳闷：我正是为了完善自己才去学习，为什么反而让社会把自己挤了出去呢？

其实，像罗伯特先生这种工作以后又重返课堂充电，充电后找工作重新迎接社会的挑战，已不仅仅是35岁的人才面临的境况。有人甚至感叹：“不充电是等死，怎么充了电变成找死啦？”

最关键的一点是：我们要明白，人生的经历是积累的，不要以为学习充电后就无须面临社会“物竞天择，适者生存”的自然选择。以前的经历是你的宝贵财富，但这并不能让你在职场上永操胜券。

温水“煮”顾客，让他难以脱逃

温水“煮”顾客，跟“温水青蛙”的道理是一样的。在经营中，懂得运用这个法则，就能成功操纵顾客，让他不知不觉中就掏出腰包。

当顾客选购衣服时，精明的售货员总是不怕麻烦地让顾客反复试穿。当顾客将衣服穿在身上时，他又会不断地称赞。顾客顿时笑逐颜开，会很高兴地买下衣服。

推销时，售货员话不用多，但要有分量，这样才能操纵顾客的购买欲。售货员若想将商品所有的优点都列举出来会导致不必要的废话，反而会引起顾客的不信任。而且怀疑和犹豫可能出现并反复发生在顾客购物的各个阶段，包括在购物以后，如果售货员针对其中的一个或几个说一些有分量的话，那么会令人信服得多。如果部分论据尚未充分利用而是让顾客对产品的优点回家后自己去了解，这样只会改善购物行为的后效应，而不会产生任何副作用。需要强调的是，“有分量”并非是把话说得绝对、武断。这种口气会使得顾客产生心理上的防御反应，比如，顾客把话说了一半就突然离去，或者不加反驳地听售货员说话，但却坚定地拒绝购买。

对顾客的任何一种不同意见都不能置若罔闻。商业论证不仅要证实自己观点的正确，还要打消谈话对方的疑虑。如果对顾客的不同意见不作答复，会让人觉得售货员对商品故意只做不完整的、有倾向性的介绍。为避免这一点，对顾客任何一种不同意见都不能置之不理。应该防止这样一种错误认识对我们的操纵，不能把顾客的不同意见当作是吹毛求疵、不信任。

相反，顾客的不同意见恰恰说明他对商品很关心，说明他有吸取你的意见和愿望。这样的顾客比光听不说话或者只用一句话来回答问题的顾客好说服得多。不同的意见只能反映出顾客的立场，暴露出他的忧虑所在。此时，耐心地解答，剔除其疑虑，一般生意也就做成了。

另外，在具体的商业用语中，也要用温情的话语吸引顾客。具体有以下几个技巧：

1. 避免命令式，多用请求式

命令式的语句是说者单方面的意思，没有征求别人的意见，就强迫别人照着

做；而请求式的语句，则是以尊重对方的态度，请求别人去做。请求式语句可分成三种说法：肯定句：“请您稍微等一等。”疑问句：“稍微等一下可以吗？”否定疑问句：“马上就好了，您不等一下吗？”一般说来，疑问句比肯定句更能打动人心，尤其是否定疑问句，更能体现出营业员对顾客的尊重。

2. 少用否定句，多用肯定句

肯定句与否定句意义恰好相反，不能随便乱用，但如果运用得巧妙，肯定句可以代替否定句，而且效果更好。例如，顾客问：“这款有其他颜色的吗？”营业员回答：“没有”，这就是否定句，顾客听了这话，一定会说：“那就不买了”于是转身离去。如果营业员换个方式回答，顾客可能就会有不同的反应。比如营业员回答：“真抱歉，这款目前只有黑色的，不过，我觉得高档产品的颜色都比较深沉，与您气质、身份、使用环境也相符，您不妨试一试。”这种肯定的回答会使顾客对其他商品产生兴趣。

3. 采用先贬后褒法

比较以下两句话：“太贵了，能打折吗？”（1）“价钱虽然高了一点，但质量很好。”（2）“质量虽然很好，但价钱高了一点。”这两句话除了顺序颠倒以外，字数、措辞没有丝毫的变化，却让人产生截然不同的感觉。先看第二句，它的重点放在“价钱”高上，因此，顾客可能会产生两种感觉；其一，这商品尽管质量很好，但也不值那么多；其二，这位营业员可能小看我，觉得我买不起这么贵的东西。再分析第一句，它的重点放在“质量好”上，所以顾客就会觉得，正因为商品质量很好，所以才这么贵。总结上面的两句话，就形成了下面的公式：（1）缺点→优点=优点（2）优点→缺点=缺点 因此，在向顾客推荐介绍商品时，应该采用A公式，先提商品的缺点，然后再详细介绍商品的优点，也就是先贬后褒。此方法效果非常好。

4. 言词生动，语气委婉

请看下面三个句子：“这件衣服您穿上很好看。”“这件衣服您穿上很高雅，像贵夫人一样。”“这件衣服您穿上至少年轻十岁。”第一句说得很平常，第二、三句比较生动、形象，顾客听了即便知道你是在恭维她，心里也很高兴。除了语言生动以外，委婉陈词也很重要。对一些特殊的顾客，要把忌讳的话说得很中听，让顾客觉得你是尊重和理解他的。比如对较胖的顾客，不说“胖”而说“丰满”；

对肤色较黑的顾客，不说“黑”而说“肤色较暗”；对想买低档品的顾客，不要说“这个便宜”，而要说“这个价钱比较适中”。

只要这样做，就可以温水“煮”顾客，使他任你操纵，难以脱逃。

准备充分，才能避免被操纵

在任何的谈判展开之前，准备得越充分，对自己越有利，对方就很难操纵你了。

比方说，你想寄一份快递，之前没有类似的经验，于是你给某家快递公司打电话，通过简单几句，对方摸出你是一个新手，于是骗你说要20元钱。你想了想，开始讨价还价，最后15元成交。当你为自己的谈判水平感到洋洋得意时，其实市场的行情也就8~10元而已，甚至更低，只不过，你没有摸清楚行情。这就是为什么“货比三家”这条策略如此重要的原因了。

美国人就十分注重在行动前总要把目标方向了解清楚，不主张贸然行动。所以，他们的生意成功率较高。美国商人在任何商业谈判前都先做好周密的准备，广泛收集各种可能派上用场的资料，甚至对方的身世、嗜好和性格特点，使自己无论处在何种局面，均能从容不迫地应付。

一次，一家美国公司与日本公司洽谈购买国内急需的电子机器设备。日本人素有“圆桌武士”之称，富有谈判经验，手法多变，谋略高超。美国人在强大对手面前不敢掉以轻心，组织精干的谈判班子，对国际行情做了充分了解和细致分析，制定了谈判方案，对各种可能发生的情况都做了预测性估计。

美国人尽管做了各种可能性预测，但在具体方法步骤上还是缺少主导方法，对谈判取胜没有十分把握。谈判开始，按国际惯例，由卖方首先报价。报价不是一个简单的技术问题，它有很深的学问，甚至是一门艺术：报价过高会吓跑对方，报价过低又会使对方占了便宜而自身无利可图。

日本人对报价极为精通，首次报价1000万日元，比国际行情高出许多。日本人这样报价，如果美国人不了解国际行情，就会以此高价作为谈判基础。但日本人过去曾卖过如此高价，有历史依据，如果美国了解国际行情，不接受此价，他们也有辞可辩，有台阶可下。

事实上美国人已经知道了国际行情，知道日本人在放试探性的气球，果断地拒绝对方的报价。日本人采取迂回策略，不再谈报价，转而介绍产品性能的优越性，用这种手法支持自己的报价。美国人不动声色，旁敲侧击地提出问题：贵国生产此种产品的公司有几家？贵国产品优于德国和法国的依据是什么？

用提问来点破对方，说明美国人已了解产品的生产情况，日本国内有几家公司生产，其他国家的厂商也有同类产品，美国人有充分的选择权。日方主谈人充分领会了美国人提问的含意，故意问他的助手：“我们公司的报价是什么时候定的？”这位助手也是谈判的老手，极善于配合，于是不假思索地回答：“是以前定的。”主谈人笑着说：“时间太久了，不知道价格有没有变动，只好回去请示总经理了。”

美国人也知道此轮谈判不会有结果，宣布休会，给对方以让步的余地。最后，日本人认为美国人是无备无患，在这种情势下，为了早日做成生意，不得不做出退让。

美国人谈判成功就在于事先做足了准备，摸清了国际行情，当日本人试探性地想用高价操纵美国人之后，美国人并不直接砍价，而是旁敲侧击地告诉对方，日本国内还有其他几家公司都有同类产品，所以，你报出高价也没有用。

企业危机沟通的十大禁忌

危机沟通是危机管理的核心，能够帮助公众理解影响他们的生命、感觉和价值观的事实，让他们更好地理解危机，并做出理智的决定。危机沟通不是只告诉人们你想要他们做的事，更重要的是告诉他们，你理解他们的感受。因此，危机沟通也是有原则的。

所有的企业面对危机时都是脆弱的。当你的企业要进行危机沟通时，下列事情是不应该做的。

1. 采取“鸵鸟政策”

你希望没人知道这事，并始终迎合那些向你提建议的人，不采取措施，不及时作出反应。

2. 在危机公开后才着手处理

即使你决定不采取鸵鸟政策，你可以决定不做任何准备，放任危机的扩大。实际上，在危机公开之前，你仍然有其他的积极选择。例如，你可以研究，甚至测试一些事先计划好的重要资讯，进行及时可靠的沟通。

3. 让你的声誉为你说话

“难道不是每个人都认为我们很重要吗？”你自以为是商场上的巨人，而公众是从来不吃任何商场巨人那一套的，你注定要失败。

4. 视媒体为敌人

以各种方式告诉记者，你觉得他在报道你企业时非常糟糕，你不愿意再与他谈话了，或者你在大众论坛上说他的坏话，给他发讨厌的传真，然后坐下来，独自欣赏。结果他非常愤怒，并宣泄这种情绪至你的企业报道中；他嘲笑所看到的一切，并确信你一无是处。

5. 陷入被动回应模式，不采取积极主动姿态

许多人说过，一篇消极的文章能突然间肢解你的企业。消极的文章见报后，你发表声明回应，接着，另一篇文章出笼，你得发表另一篇声明。瞬间，你招来了公众的辩驳，这是一个双输（相对于双赢）的处境，而你也许自认为干了一件很不错的工作，好像你是一个正极力为自己辩护的罪人。

6. 使用大众不能理解的语言

你通常使用行话，令大众迷惑不解，这种自以为是的方式只会使处境更加糟糕。对大多数公众和服务于他们的媒体来说，这些行话只会引起他们的疑问，因为他们不是某一领域的专家。

7. 总自以为别人与你一样知道事实

你知道事情的真相，同时，你认为公众最终也会意识到这一点。你漠视早已被证明的观点：自以为是会造成损失，有时甚至更严重。

8. 一味做书面声明

只通过书面声明进行沟通是非常容易的，因为你不必担心别人看了或听了声明后觉得你愚蠢，而且你的言谈被误引用的机率很小。当然，这种沟通是非个人的，一些人会认为你害怕了，把自己给藏起来，不让别人见。

9. 使用“最好的猜测”方法来评估危机招致的损失

“哦，天啊，我们处在头版位置，我们被毁掉了！”你也许刚刚惹出了大祸……也许你只是惹出了小祸。有益的建议是：你拒绝花一小块时间或小数额的费用悄悄地调查你最重要的受众的想法，并调查他们的想法是否与媒体的观点相符。结果，情形变得更加糟糕。

10. 重复地做同样的事情，期待不同的结果

当你最后一次遭遇消极的新闻报道时，你不再回复媒体的电话。结果，接踵而至的是你的观众和企业内外部对你的关注，而这种关注要好一阵才能慢慢消退。所以，当下一次你出现危机时，你将做不得不同样的事。因为“又有胡言兴起”，你想试图改善沟通，却苦于无法改善处境。



青蛙法则告诉你：培养危机意识的4个举措

要培养企业全体员工的忧患意识，企业领导人首先就要具备强烈的危机意识，能在危机到来之前，做好组织、人员、措施、经费等应对危机的准备。

1. 设立危机管理机构

通常由以下人员组成：企业决策层负责人、公关部负责人和公司一些其他主要部门的负责人。这些成员应保证其畅通的联系渠道。当危机发生时，该机构自然转型为危机领导核心。

2. 建立危机预警系统

在危机爆发之前，必然要显示出一些信号。当企业经营过程中出现如下征兆时，就有必要提请决策部门注意并进一步加强监测：对企业或企业领导人形象不利的舆论越来越多；受到政府、新闻界或同行业人士的异乎寻常关注；企业的各项财务指标不断下降；组织遇到的麻烦越来越多；企业的运转效率不断降低。

3. 制定危机管理方案

实施公关危机管理时，应考虑以下几个方面的问题：检查所有可能造成公司与社会发生摩擦的问题和趋势；确定需要考虑的具体问题；估计这些问题对公司的生存与发展的潜在影响；确定公司对各种问题的应付态度；决定对一些需要解

16 青蛙法则：没有危机感就是最大的危机

决的问题采取的行动方针；实施具体的解决方案和行动计划；不断监控行动结果；获取反馈信息，根据需要修正具体方案。

4. 化解危机公关措施

在企业发生危机时，企业能否冷静自如、坦诚大度地面对媒体、巧妙地回答媒体的问题，是化解危机公关的一个关键。预先对企业领导者以及公关人员进行这方面的培训是非常重要的。可以建立并维护良好的媒体合作平台，定期与媒体进行沟通，获得媒体的信任与支持。

17 雁行理论： 团队就是力量

【每年的秋季，大雁由北向南以V字形状长途迁徙。雁在飞行时，V字形的形状基本保持不变，而头雁却是经常替换的。头雁对雁群的飞行起着很大的作用。因为头雁在前面开路，它的身体和展开的羽翼在冲破阻力时，能使它左右羽翼两边形成真空。其他的雁在它的左右两边的真空区域飞行，就等于乘坐一辆已经开动的列车，自己不再需要费太大的力气克服阻力。这样，成群的雁以V字形飞行，就比一只雁单独飞行要省劲，也就能飞得更远。这就是“雁行理论”。

雁行理论说明了这样一个道理：只要相互合作，你就有可能在与他人的协作中实现仅凭自己的力量无法实现的理想。】

团队的力量大于个人的力量之和

在工作中，虽然每个人都在单独工作，但是他们中的大多数人往往隶属于某一个常规的小组，来共同完成某项任务。在这个常规小组中，他们的努力必须彼此协调一致，就像拼图游戏中的每个组成模块一样。当员工之间的工作相互依赖时，他们作为任务团队一起工作，并试图营造合作的气氛，这种表现就是团队合作。

苹果电脑公司成立于1977年，能发展成为可以与联想具有同等竞争力的电脑公司，其秘诀就在于有一个精诚合作的团队。面对强大的竞争对手联想公司，当年28岁的董事长斯蒂夫·乔布斯并没有打算让路。因为在他麾下，有一帮充满着青春活力、有着亲密无间合作关系的伙伴们为他撑腰。

在这群年轻人中间，乔布斯充当着教练、班子的领导和冠军栽培人的多重角色，是一个完美的典型。他是一个既狂热又明察秋毫的天才，他的工作就是专门出各种新点子，对传统观念提出挑战。而团队中的年轻人是他的各种构想的实践者，他们精诚团结，相信乔布斯的眼光，都希望在从事的工作中做出伟大的成绩。他们要对技术有最新的理解，知道如何运用这些技术来造福于人。

苹果电脑公司招聘的办法是面谈。一个新来的人可能要到公司谈好几次才会被录用。当对录用做出最后决定时，苹果电脑公司一般会把他的个人电脑产品——麦肯塔式机拿给他看，让他坐在机器跟前。如果他没有显出不耐烦，苹果公司就说这可是一部挺棒的计算机来刺激他一下，目的是让他的眼睛一下子亮起来，真正激动起来，这样就知道他和苹果电脑公司是否志同道合。由于公司的员工都是志同道合的一群人，有共同的目标，所以他们很容易就能进行密切合作。

正是这种密切合作的文化氛围，造就了苹果计算机的一个又一个突破。在苹果电脑公司中，如今一切都要学习麦肯塔式的经验，每个制造新产品的小组都是按照麦肯塔式的模式干的。麦肯塔式的例子表明，要使当一个发明班子组成以后，能够有效地完成任务，其办法就是分工负责，各尽其职。

在麦肯塔式外壳中不为顾客所见的部分是全组的签名，苹果电脑公司的这一特殊做法的目的就是为每一个最新发明的创造者本人而不是给公司树碑立传。成

绩是大家的，但名誉可以归个人。这就是优秀的合作团队的境界。

团队的力量大于个人的力量之和。团队的力量是巨大的，有很多事情必须靠团队里每一个成员相互协作、共同努力才能完成。团队精神强调团队内部各个成员为了团队的共同利益而紧密协作，从而形成强大的凝聚力和整体的战斗力，最终实现团队目标。团部的作用在于提高组织的绩效，团队的工作业绩超过成员个体的简单之和，因为团队中的每个人可能在某一方面是天才，但不可能是全才，所以只有发挥团队精神，才能取得更大的成功。

只有合作才能将有才能的人聚集起来，并对一些可能不常见的问题提出创新的解决方法。对于没有解决的问题，团队内广泛的技能和广阔的知识面与个人的才能和知识面相比，更加具有绝对的优势。

发挥好领头雁的作用

一个好的管理者并不是一个发明创造家，而是一个善于组织者，他的主要工作是把企业的各种经营要素组织成最佳阵容，让人的才能发挥到极致。

在每一个机构、每一个组织中都需要强有力的领导者，每个组织、每个机构都需要在这些人的带动下去实现自己的愿景和目标。

只有经验丰富的领头雁，才能带领他们的雁之队整齐地顺利南飞；而一个企业，只有一个出色的好领导，统揽全局，指挥得当，才能带领团队发展壮大。

能力是领导者的一个必备要素，现代领导学中流行一句形象的比喻：“一匹狼领导的羊群可以打败一只羊领导的狼群。”领导者的能力直接关系到团队的成败。不仅是专业的能力，更重要的是驾驭专业和专业人员的能力。

杰克·韦尔奇总是不厌其烦地给那些年轻的、缺乏经验的各级领导者以忠告和建议，他说：“我能够给你们的最大忠告，就是千万不要企图自己来单独完成某件事情。你必须精于和你统领的团队里的每一位聪明的家伙打交道，与他们建立良好的合作，并充分激励他们。如果你真正做到了这一点，那么恭喜你，你已经把世界都抛到屁股后面了。”因此，增加团队精神是每个公司管理人必须做到的，只有强大的团队才能在市场的浪潮中立于不败之地，才能不断发展壮大。

对于任何要成功的企业，一个不可缺少的元素是强大的领导能力。创造一个使人们积极奔往未来的环境。真正的领导者须帮助追随者决定他们要去哪里，如何到达。然后他们必须在一路上出现困难险阻时保持让组织走正确的道路。当领导者正确认识自己的作用，认真负起责任，追随者几乎会一路响应，然后往往就能成功。

孤军奋战、单独作战的英雄岁月已经过去，社会正处于提速时代，决定生死的关键离不开团队。团队并非松散的团体。真正有生产力的团队，必须有强有力的领导核心，有严密的组织架构，有明确的奋斗目标。在这样的团体中，个人对团队有强烈的归属感，成员对团体忠诚度非常高，肯为之而战，以之而荣。个人服从团队，私利服从公利；团队成员之间彼此协作、尊重、诚信；成员认同团队的价值取向，为团队的目标全身心投入。

学会借力借势成就自己

刺猬出门郊游，来到一棵苹果树下想休息一下。它猛一抬头，看见了又红又大的苹果，心想：“我一年都没吃到苹果了，而且以前吃的都是掉在地上的烂苹果，真想尝尝新鲜的苹果是什么味道。”可是，它自己不会爬树，只能望着苹果发呆。

山羊也去郊游，也看见了这个苹果树。它看见刺猬在树下发呆，就问：“小刺猬，你在树下发什么呆啊？”“我想吃树上的苹果。看！树上的苹果又大又红，因为我吃不着，所以在树下发呆。”刺猬回答。山羊想：我好久没有吃果子了，我可以用我的角把苹果顶下来，可是如果都掉到了地上摔烂了就不好吃了。想着想着，急得直流口水，围着苹果树团团转。

忽然，刺猬灵机一动，就说：“喂，山羊哥，你如果能把苹果弄下来，我就可以接苹果，何必在此浪费时间呢？”山羊觉得有理，他们就开始了工作。

山羊用角往树干上使劲一顶，树上的苹果纷纷落了下来，落下的苹果很多都被刺猬接住了。山羊和刺猬，津津有味地吃着新鲜的苹果。

这件事让我们懂得了，一个人办不到的事，通过和其他人合作，就可能取得成功。雷锋曾说过：“一滴水只有放进大海里才永远不会干涸，一个人只有

当他把自己和集体事业融合在一起的时候才能最有力量。”一个人的力量是有限的，众人力量是无穷的，雁行理论告诉我们只有大家携起手来，团结合作，才能拥有胜利的果实。因此，我们每个人都将自己的才智和力量发挥出来，主动地做事，为着同一个目标而努力，劲往一处使，那我们的团队就一定会变得更加强大。

每个人的能力都有限度，善于同人合作的人，能够弥补自己能力的不足，达到本来达不到的目的。俗话说：“帮助别人往上爬的人，会爬得最高。”如果你帮助另一个孩子上了果树，你因此也就得了你想尝到的果实，而且你越是善于帮助别人，你能尝到的果实就会越多。

清末名商胡雪岩，自己从没读过书，但他却从生活经验中总结出了一套经商哲学，归纳起来就是：“花花轿子人抬人。”他善于观察人的心理，把士、农、工、商等阶层的人都拢集起来，以自己的财力优势，与这些人协同作业。由于他长袖善舞，所以别人也被他的行为所感动，对他产生了信任。他与漕帮协作，及时完成了粮食上交的任务。他与王有龄合作，王有龄有了钱在官场上谋得职位，使胡雪岩更加便利地发展自己的事业。如此种种的互惠互利合作，使胡雪岩这样一个小学徒工成为了一个执江南半壁钱业之牛耳的巨商。

分工明确，合作才真正有效

在做事过程中，合作是一个问题，如何合作更是一个问题。

人与人的合作不是力气的简单相加，而要微妙和复杂得多。因为人的合作不是静止的，它更像方向各异能量，互相推动时自然事半功倍，相互抵触时则一事无成。“一个和尚挑水喝，两个和尚抬水喝，三个和尚没水喝”，说得正是这个道理。

造成合作不成功主要有3个原因。

1. “旁观者效应”

众多的旁观者分散了每个人应该负有的责任，最后谁都不负责任，于是合作不成功。具体说来，当一个人从事某项工作时，由于不存在旁观者，自然由他一

个人承担全部责任，虽然有点敷衍了事，但也还能勉强成事，所以“一个和尚挑水喝”。如果有两个人，虽然两个人都有责任，但是因为有一个旁观者在场，两个人都会犹豫不决，相互推诿，最后只好“两个和尚抬水喝”。如果有三个或三个以上的人，旁观者更多，情况就更加复杂，关系也更加微妙，彼此之间相互“踢皮球”，结果“永无成事之日”，最后“三个和尚没水喝”。这就说明，当许多人共同从事某项工作时，虽然群体成员都有责任，但是群体的每一个成员都成了旁观者，彼此相互推诿，最后谁都不愿意承担责任，结果合作不成功。

2. 组织内耗现象

著名童话作家克雷洛夫曾经写过一个寓言故事，天鹅、梭子鱼和虾一起拉车，它们三个使出浑身力气，干得十分卖力，但是无论如何努力，车还是原地不动。

其实就力气而言，它们三个拉动这辆车是绰绰有余的，可是为什么车总是不动呢？原来，天鹅拉着车拼命往天上飞，虾拉着车一步步向后倒拖，梭子鱼则朝着池塘把车向前推。他们谁也不想改变方向，车子自然就拉不动了。

这个寓言故事说明了组织内耗现象。一般认为，合作群体的成员越多，组织内耗就越严重，群体的主观能动性也就越差。因此，对于企业来说，只有明确每一个员工的任务，才能减少组织内耗现象的发生。

3. 人力的无谓消耗

“一只蚂蚁来搬米，搬来搬去搬不起，两只蚂蚁来搬米，身体晃来又晃去，三只蚂蚁来搬米，轻轻抬着进洞里。”这是团结协作的结果。团队合作的力量是无穷尽的，一旦被开发，这个团队将创造出不可思议的奇迹。

一个人一分钟可以挖一个洞，六十个人一秒钟却挖不了一个洞。这说明的一个重要道理就是协同和合作产生力量，实现双赢。21 世纪是一个合作的时代，人与人之间有效的合作，会减少人力的无谓消耗。

对于一个企业来说，分工明确，使员工清楚自己的工作内容和职责，这样会在一定程度上调动员工的积极性，而且会锻炼员工的独立能力与分析能力。但是，协作同时又要密切，通过大家的沟通交流使部门间有紧密的联系，使之有一定的激励体制来使大家的协作有力。

分工与协作协调一致，就会最大程度地减少工作中的瓶颈因素。



雁行理论告诉你：如何提高团队合作能力

一个团队的成功与否、执行的有效与否很大程度上取决于构建团队的指导思想和行事技巧，看看这些在你的执行团队构建中是否充分领略并实施了：

1. 更多参与

保证让每个人都觉得可以自由表达意见：为了吸纳每个人的智慧，必须让团队里的所有成员都感觉到，可以很舒服地大声讲出自己的见解。

2. 容人，容可容之人

没有容人的胸怀，团队必然土崩瓦解。

3. 因事设人

具体做法如下。

各就其位。人事两宜是用人的重要原则。人事两宜有两个含义，一是按照需要量才使用，二是要了解人，而且要彻底地了解，量才适用，适才所用。

尽其所长。高明的管理人，总是根据人才的潜能、特长和品德合理地使用它们，分配给人才使用的权力必须足够使其发挥作用。

因人而异。用人需要根据人才的条件进行安排，人才发挥作用，建功立业也同样需要有客观条件，条件不具备时，人才就是再有才能也是英雄无用武之地。

4. 相互信任且彼此尊重

信任会产生有效率的集体行动，朝向一致的目标前进。

5. 珍惜多样化的观点

当领导者提出一个问题，要设法确定有一个多元化的团队来评估新计划并讨论提案。领导者要了解其他执行人员根据不同经验与认知所产生的观点，同时尽可能地了解并信任他们。

6. 团队成员必须被鼓励积极行事、勇于冒险并承担责任

领导者必须支持每个执行人员，即使他们犯了错误，毕竟每个人都会犯错。

18 贝勃定律： 珍惜小点滴，收获大幸福

【著名心理学家贝勃做过一个实验：一个人右手举着 300 克的砝码，这时在其左手上放 305 克的砝码，他并不会觉得有多少差别，直到左手砝码的重量加至 306 克时才会觉得有些重。如果右手举着 600 克，这时左手上的重量要达到 612 克才能感觉到重了。也就是说，原来的砝码越重，后来就必须加更大的量才能感觉到差别。这就是著名的贝勃定律。

贝勃定律在生活中到处可见，它说明人们的心理都有一个逐渐适应的过程。一旦适应某种定式，就会对此习以为常，如要改变这种定式，必须花费比最初更大的刺激力。正如我们总抱怨生活中的幸福程度太低一样，很多时候是因为在得到时不懂珍惜，而失去时才后悔不已。】

少贪欲换回大满足

很多时候，人们意识不到幸福或某些事物的价值，是因为自己的贪婪之心。

“贪”的本义指爱财，“婪”的本义指爱食，“贪婪”即贪得无厌，是一种过度膨胀的利己欲。贪婪的欲望是无止境的，即所谓“欲壑难填”、“人心不足蛇吞象”。贪婪心理具有不可满足性，无论是对待金钱、权利、女色、美食、财产，还是对待其他一切事物，永远都是贪得无厌的。

然而，贪欲会使人的精力和体力双重透支。当欲望产生时，再大的胃口都无法填满，贪多的结果只会导致无穷尽的烦恼和麻烦。学会接纳自己、欣赏自己，使我们从欲念的无底深渊中得到释放与自由，是快乐的始发站。

据说上帝在创造蜈蚣时，并没有为它造脚，但是它仍可以爬得和蛇一样快速。有一天，它看到羚羊、梅花鹿和其他有脚的动物都跑得比它还快，心里很不高兴，便嫉妒地说：“哼！脚愈多，当然跑得愈快。”

于是，它向上帝祷告说：“上帝啊！我希望拥有比其他动物更多的脚。”

上帝答应了蜈蚣的请求。他把好多好多的脚放在蜈蚣面前，任凭它自由取用。

蜈蚣迫不及待地拿起这些脚，一只一只地往身体贴上去，从头一直贴到尾，直到再也没有地方可贴了，它才依依不舍地停止。

它心满意足地看着满身是脚的自己，心中窃喜：“现在我可以像箭一样地飞出去了！”

但是，等它一开始要跑步时，才发觉自己完全无法控制这些脚。这些脚噼里啪啦地各走各的，它非得全神贯注，才能使一大堆脚不致互相绊跌而顺利地往前走。

这样一来，它走得比以前还慢。

过度的欲望让蜈蚣步伐缓慢、举步维艰，而人的心里一旦产生过分的欲望，终有一天，也会出现超载的现象，而这种负荷的结果是不堪设想的。

总之，在现实生活中，很多时候事实并没有发生改变，变的是我们自己的感觉，是我们不断提升的欲望。深谙贝勃定律的人，或许并不意味着一定能够生活得幸福，但一定能够生活得更释然。

点滴爱蕴藏深深情

有两对具有差不多的成长背景、年龄和交往过程的恋人，都恩爱非常。唯一不同的是，其中一对恋人中的男孩，每个周末都给自己心爱的姑娘送一束红玫瑰；而另一对恋人中的男孩，平时不太送花，一年中只在情人节那天向自己心爱的姑娘送去一束红玫瑰。

由于两个男孩的送花频率和时机不同，当他们在情人节那日给姑娘送上红玫瑰后，导致了结果截然不同：那个在每个周末都收到红玫瑰的姑娘，表现得相当平静。尽管没有大的不满意，但她还是忍不住说了一句：“我看到别人送给自己女友大把的‘蓝色妖姬’，比这普通的红玫瑰漂亮多了，心里真是很羡慕！”

那个只在情人节接到红玫瑰的姑娘，当手捧着男朋友送来的红玫瑰花时，表现出了被呵护、被关爱的极度甜蜜，随后竟然旁若无人、欣喜若狂地与男友紧紧拥吻在一起。

这两对恋人中的女孩，虽然都在情人节那天收到了爱的玫瑰，但每个周末都收到红玫瑰的姑娘对此已习以为常，只有收到比红玫瑰更特别的礼物才能感受到的惊喜。那个只在情人节收到红玫瑰的姑娘，红玫瑰对其而言已经足够特别了。观察到这一现象的学者将此归结为贝勃定律。

一个女孩和母亲吵架赌气离家。在外逛了一天，直到肚子很饿了，她才来到一个面摊，却发现忘记带钱了。好心的面摊老板免费煮了一碗面给她。女孩感激地说：“我们不认识，你居然对我这么好！可是我妈妈，竟然对我那么绝情……”面摊老板说：“我才煮一碗面给你吃，你就这么感激我，你妈妈帮你煮了十几年饭，你不是更应感激吗？”女孩一听，整个人愣住了：“是呀，妈妈辛苦地养育我，我非但没有感激，反而为了小小的事，就和她大吵一架。女孩鼓起勇气，踏上回家的路。快到家门时，她看到疲惫、焦急的母亲正在四处找寻着自己。

故事中的女孩因对母亲的关爱习以为常，从而对母亲的期望值不断提高，当母亲稍有不合自己心意就恶言相对。对于面摊老板，女孩原本没有抱着多大的期望，因此他的一点点帮助，都令女孩感动不已。

以小藏大谈价格

聪明的人会利用贝勃定律为自己减轻做事的阻力。例如，商家在可能的情况下，要尽量用较小的计价单位报价，即将报价的基本单位缩至最小，从而隐藏了价格的“昂贵”感，客户也便容易接受了。

一位客户看中一块图案特别、质地精良的地毯，问销售员价格。“每平方米24.8元！”销售员回答。“这么贵？”客户听后直摇头。过了一会儿，又有一位客户问这块地毯的价格时，销售员微笑着反问道：“你为多大的房间铺地毯？”“大约10平方米吧！”销售员略加思索后说：“使你的房间铺上地毯，只需1角多钱。”“一角钱？”客户一脸的惊讶和好奇。“你的房间10平方米，每平方米是24.8元，一块地毯可以铺5年，每年365天，这样你每天的花费不就是一角多钱吗？”销售员解释道。最后，客户欣然买下了这块称心如意的地毯。

这种把商品价格分摊到使用时间或使用数量上的做法，常使价格显得微不足道，非常便于客户接受。

齐格勒曾销售过厨房成套设备，主要是成套炊事用具，其中最主要的就是锅。这种锅是不锈钢的，为了导热均匀，锅的中央部分设计得较厚，它的结实程度是令人难以置信的。齐格勒曾说服一名警官用杀伤力很强的四五口径手枪对准它射击，子弹竟然没有在锅上留下任何痕迹。当齐格勒进行销售时，客户经常表示异议：“价格太贵了。”“先生，您认为贵多少呢？”对方也许回答说：“贵200美元吧。”这时，齐格勒就在随身带的记录纸上写下“200美元”。然后又问：“先生，您认为这锅能使用多少年呢？”“大概是永久性的吧。”“那您确实想用10年、15年、20年、30年吗？”“这口锅经久耐用是没有问题的嘛。”“那么，以最短的10年来算，对您来说，这种锅每年贵20美元，是这样的吗？”“嗯，是这样的。”“假定每年是20美元，那每个月是多少钱呢？”

齐格勒边说边在纸上写下了算式。“如果那样的话，每月就是1.75美元。”“是的。可您的夫人一天要做几顿饭呢？”“一天要做两三次吧。”“好，一天只按两次算，那您家中一个月就要做60次饭！如果这样，即使这套极好的锅每月平

均贵上1.75美元，和市场上卖的质量最好的成套锅相比，做一次饭也贵不了3美分，这样算就不算太贵了。”齐格勒总是一边说一边把数字写在纸上，并让客户参与计算。在计算的过程中总能让客户不知不觉地摒弃“太贵了”这个理由促成购买。

从心理学的角度来说，当一个人所面对的是一个较小的决定时，他一般更容易做出肯定的反应。

施小利多收益，抛小饵钓大鱼

在现代经商谋略中将这一原则演绎得淋漓尽致。若要自己受惠，先要施惠于人。有甜头，顾客才愿意停留下来慢慢嚼。

日本“佳能”照相机如今是世界名牌产品，但是，当初走进中国改革开放的大市场时，已经慢了半拍，别的牌子的照相机早已挂上了中国摄影记者的脖子。可“佳能”公司并不因此而止步，他们绝不会望着中国这个巨大的市场而不流口水。怎样占领中国市场呢？他们上演了一出经过精心策划的好戏。

佳能公司经过调查发现，中国众多的摄影工作者、爱好者只能从样本资料上了解佳能EOS照相机的性能，从商店的橱窗里看到它的模样，却不能去摸一摸、试一试EOS照相机的功能究竟怎样。佳能公司上海事务所为了使EOS照相机与中国的消费者熟悉起来，成为“好朋友”，就想出了一招。他们把大批佳能EOS照相机借给上海的记者，让他们免费使用40天，同时又请维修部的专家讲解它的功用、性能。

1992年夏天，上海各大报纸和许多摄影记者都用上了“佳能EOS”照相机。从EOS1到EOS1000，都配有各种款式的镜头。拿起照相机发现，每个上面都贴有一张标签“佳能赞助器材”。记者们使用得相当认真，开始时小心翼翼，后来就随心所欲地拍起来……40天匆匆而过，记者们送还照相机时都恋恋不舍。

不久，一些记者通知佳能公司上海事务所，他们准备购置一批EOS照相机……佳能公司以欲取先予的策略打开了中国的市场之门。

佳能公司非常聪明的先让利给顾客，然后获得高额的利润，这一点和星巴克很相似，星巴克通过提供额外的服务和方便，在很大程度上提高了顾客的停留时间。

星巴克咖啡的核心客户群年龄是 25~40 岁。经过长期的市场调研，星巴克发现这个核心顾客群每人每个月平均来星巴克喝 18 次咖啡。针对这种情况，他们制定了相应的策略目标：一方面是提高客户的上门次数，另一方面想办法让顾客每次停留更久，以便吸引他们喝更多的咖啡，提高业绩。

考虑到越来越多的年轻顾客会带笔记本电脑来喝咖啡，2002 年 8 月，星巴克推出服务策略，在 1 000 家门市提供快速无线上网。顾客使用笔记本电脑或 PAD，即数码记事本，都可以无线上网、收发电子信件等。

所以，商家如果想吸引顾客，必须给顾客一定的“利”，让他们尝到甜头，才有可能买你的商品。

现在的很多商家都采用薄利多销，让利于顾客的定价方法，浙江温州的一些民营、个体厂商，用的是“一分钱利润法”。就是说，只要有 1% 的单价利润，就应感到满意，切忌“贪婪”。事实上，此法充分体现了“价增量减，价跌量增”的道理。一分钱的利润看起来微不足道，但是价跌（价廉）会促使销量大增，从而导致总利润的大大增加。所以有人提出，企业经营者应树立“1%”的提价意识。就是说，采用小幅涨价的策略，因为小幅涨价具有极好的“隐蔽性”。例如，将产品价格上浮 1%，许多顾客不会在意，特别对于低价位（单位在几元以内）的产品。当你调高 1% 时，一般顾客不会有承受不了的感觉，而你的总利润却大大增加了。只要总利润有 1%~5% 就应感到满意，过分的“贪婪”会适得其反。

经营者在销售商品的同时，“略施小利”，抛小饵钓大鱼，小利对消费者来说是有很强吸引力的，经营者也能大获其利。

一位初涉商海的生意人在市场上考察了很久，最终选定做销售玻璃鱼缸生意先练练手。他认为，现在许多人都喜欢养金鱼，闲暇时修身养性，做鱼缸生意，也许能让自己掘得经商的“第一桶金”。于是，商人从厂家批了 1 000 个鱼缸，运到离家不远的县城去卖。

几天过去了，他的鱼缸才卖掉几个，守着大堆做工精细、造型精巧的鱼缸，商人开始琢磨使鱼缸畅销的点子，整整一天，他的思维就像长了翅膀一样，在脑海里飞来飞去，捕捉能给他带来财运的商机。

一夜之后，商人的思维终于在一条妙计上定格。第二天，他去花鸟市场找到一家卖金鱼的摊位，以较低的价格把 500 条金鱼全部买下，然后，他让卖金鱼的

老人帮他把金鱼运到城郊的一处大水塘里，将 500 条金鱼全倾倒入清澈见底的水里。老人很是吃惊，老人认为他在胡闹，并且还怕他不给钱。见老人心存疑虑，商人立即从身上掏出钱一分不少地付给了他。

时间不长，一条消息传遍了水塘周围居住的城郊居民，水塘里发现了大批活泼漂亮的小金鱼。人们争先恐后地涌到水塘边打捞金鱼，捕捉到小金鱼的人，兴高采烈地跑到不远处卖鱼缸的摊位前，选购鱼缸后高兴地捧着小金鱼回家了。一些未捕到金鱼的人们，唯恐鱼缸卖完后买不到，他们不管商人把售价抬了又抬，纷纷涌到商人的摊位前抢购鱼缸。仅半天时间，商人的鱼缸就销售一空。

数着到手的钞票，商人窃喜：1 000 个鱼缸，让他赚了 2 000 多元。高兴之余商人想，如果不给顾客一些甜头，买下那些金鱼放在水塘里，自己能赚到这么多钱吗？

幸福就是珍惜你所拥有的

佛遇见一个农夫。农夫的样子非常苦恼，他向佛诉说：“我家的水牛刚死，没它帮忙犁田，我怎么能下田作业呢？”于是佛赐他一头健壮的水牛，农夫很高兴，佛在他身上感受到了幸福的味道。

佛遇见一个男人。男人非常沮丧，他向佛诉说：“我的钱被骗光了，没盘缠回乡。”于是佛给他银两做路费，男人很高兴，佛在他的身上感受到了幸福的味道。

佛遇见一个诗人。诗人年轻英俊，有才华且富有，妻子貌美温柔，但他却过得不快活。佛问他：“你为什么快乐？”诗人说：“我什么都有，只缺少幸福，你能给我吗？”

佛想了想说：“可以。”于是佛把诗人所拥有的都拿走，拿走了诗人的才华，毁去了他俊朗的面容，夺走了他的财产和他妻子的生命。

不久，佛来到诗人的身边。此时的诗人衣衫褴褛，饥肠辘辘，挣扎着请求佛把他的一切还给他。佛便将才华、容貌、财富还有妻子还给了诗人。诗人感激涕零，紧紧地搂着妻子，因为他再也不想放走幸福了。

还有一个故事：

一位二十多岁的年轻小伙子，急匆匆地走在路上，对路边的景色与过往行人全然不顾。有个人拦住了他，问：“小伙子，你为何行色匆匆啊？”

小伙子头也不回，飞快地向前跑着，只泛泛地甩了一句：“别挡我，我在寻求幸福。”

转眼二十年过去了，小伙子已变成中年人，他依然在路上疾驰。

又有一个人拦住他：“喂，朋友，你在忙什么呀？”

“别挡我，我在寻求幸福。”

又是二十年过去了，这个中年人已成了一个满脸皱纹、老眼昏花的老头，还在路上挣扎着向前走。

一个人拦住他：“老头子，还在寻求你的幸福吗？”

“是啊。”当老头回答完他的问话，猛地抬头一看，原来问他问题的那个人就是幸福之神啊！

老人寻找了一辈子的幸福，可是幸福之神实际上就在他旁边。

幸福就在身边，何必四处寻找。在生活中，我们都习惯远视和向往遥远的幸福，而看不到自身所拥有的一切，幸福近在咫尺，却视而不见，心中自然充满了许多虚妄的愁绪。

我们常常认为，自己得不到的和已失去的东西才是一生最珍贵的。然而，这两样东西在我们生命历程中，一个属于过去，另一个或许只属于未来，而我们所能感知和拥有的只有现在。我们对已失去的东西时常怀念，是因为它曾带给我们幸福；我们对得不到的东西苦苦追求，是因为我们觉得它能够带给我们幸福。那么，对现在已拥有的一切，为什么我们依然不满足？那是因为我们看着自己已拥有的东西，觉得还不够幸福。

人一旦被欲壑难填的欲望所占据，幸福感就被打了折扣。如果对自己的所得所有心满意足，那么就会觉得幸福满满。

一生中，我们始终奔跑在追寻幸福的路上。我们经常忍不住问自己的内心：“幸福是什么？如何去追求幸福，理解和珍惜自己的幸福呢？”

幸福是怎样一种感觉？我们时而觉得幸福触手可及，又觉得似乎遥不可及，时而觉得幸福每天相伴，又觉得短暂难遇。感觉自己天天在渴望着它，却无法理解它，甚至不知道幸福就在自己的身边。幸福因何而来，因何而去，我们总觉得

18 贝勃定律：珍惜小点滴，收获大幸福

捉摸不定，把握不住。当幸福靠近自己的时候，我们却不知去体会，当它远离自己之后，我们更不懂得去挽留。

其实，幸福是实实在在的，并非梦幻，并非虚无。平安健康地活着，自由自在地呼吸，身边有珍惜自己也值得自己珍惜的人，就已经是莫大的幸福了。我们一直都是以幸福为伴的，只是我们缺少一双发现幸福的眼睛。

幸福的人并不比其他人拥有更多的幸福，而是因为他们对待生活和困难的态度不同。幸福的人从不问“为什么”，而是问“为的是什么”。



贝勃定律告诉你：幸福藏在点滴间

发现幸福，才能感觉幸福；感觉幸福，才能把握幸福；把握幸福，生活才有滋有味。生活有滋味，我们才能真正获得幸福，并且学会珍惜。幸福是一种态度。如果我们爱上现在所有的日子，我们会觉得幸福了许多。

以下是提升你的幸福指数的 10 个秘诀。

1. 幸福总是悄然无声地围绕在我们身边，默默地关注着我们，给予我们温暖和爱。当我们每天置身于幸福的状态中，是很难感受到幸福的存在，甚至觉得幸福已经司空见惯了。

2. 对身边拥有的幸福不屑一顾，熟视无睹，这种态度是危险的。比如，早晨家人叫你起来享受美好舒心的空气，分享幸福。你会觉得“早晨”天天有，何必这样珍惜。可当你重病在身，想享受早晨的美好时，早已力不从心。

3. 对于那些容易满足的人来说，得到幸福的时刻便多些。对于那些有大的期盼的人来说，总觉得自己不够幸福，或者幸福根本就没有降临到自己身上。其实，准确地把握瞬间来到你身边的暖流，这就是在珍惜幸福。

4. 幸福对每个人来说也是公平的。只有心中认为有幸福的存在，才会更加体会幸福的意义，从而认识幸福，珍惜幸福。

5. 我们每天花一点时间去想一想，今天有什么让自己觉得幸福的事。

6. 幸福是一种感觉，它就藏匿在我们生活的空间中，是生活点点滴滴的汇聚。父亲的一句叮咛，母亲的早餐，妻子的微笑，邻居的问候，这些都是平凡中的感动，

点滴间的幸福，生命中的爱的体现，值得我们感激。因为有了诸多平凡的幸福细节，我们的生活才变得如此可爱、美好而充实。

7. 每个人如果都知道乐观积极的态度可以使我们拥有幸福、希望、勇气和力量的话，就应该努力地将生命中的一滴一滴珍藏心间。

8. 只要我们对人对己都不苛求，在内心修养上多去磨炼，就可以摆脱一些围绕自己的平庸肤浅的看法，对人生的乐趣去寻求更深一层的了解，那时一切的得失、美丑外观都不太重要了。

9. 如果我们对生命中所拥有的一切都能心存感激，便能真切体会到人生的快乐、人间的温暖以及人生的价值。

10. 每天睡觉前花一点时间去想一想，今天有什么让自己感激的事。

19 乔治定律： 成就人际，赢在沟通

【乔治定律由美国学者家小克劳德·乔治提出，指有效地进行适当的意见交流，对一个组织的气氛和生产能力会产生有益的和积极的影响。

克里斯勒夫妇在身陷绝境的情况下成功地验证了乔治定律。他们在一座大山里考察的时候，无意之中踏入了陌生狼群的势力范围。12只狼把他俩的帐篷团团围住，而夫妻俩随身未带任何射击武器。就在情况危急万分之时，露易丝急中生智，她撕心裂肺般地嚎叫起来。群狼竟然马上跟着嚎叫起来，有几只狼还俯首帖耳地趴到露易丝脚下。不久，12只狼立起身来，懒洋洋地跑开了。狼群有着自己的沟通“语言”，给其他同伴发出不同的联络信号，以相互协作配合，更好地生存。而人类在生活和工作中也处处离不开沟通。】

沟通是搭建人脉的第一桥梁

人际关系由许多因素组成,但几乎无一例外,第一项是信任,第二项就是沟通。经验告诉我们,有时候没有信任可能也有沟通,然而没有表达清楚的沟通则不可能有信任。公司中的员工可以通过开诚布公的沟通和交流来解决问题,没有沟通就会出现机能障碍。

我们渴望被交往的对方理解,同样对方也希望我们能够体会他们的心理。要很好地解决这一问题,只需要一个有效的沟通途径。

以管理为例,许多管理者以为“沟通”只要人际交往时不隐瞒、真实地表达本意就行了,其实这是很不够的。确实,不以诚相待就根本谈不上良性沟通,但往往真知灼见合理碰撞时也会不欢而散。因此,沟通不仅需要真实,也需要技巧。所以说,沟通是一门艺术,艺术就需要技巧。

从目的上讲,沟通是磋商共同的意思,即双方必须交换和适应相互的思维模式,直到每个人都能对所讨论的意见有一个共同的认识。说简单点,就是让他人懂得自己的本意,自己明白他人的意思。只有达成了共识才可以认为是有效的沟通。

最有效率的沟通方式,并不是喋喋不休式的唠叨,而是能够真正针对需要,一针见血地切中目标,完全了解人性当中最深层的微妙之处。

高超的沟通能力可以提高你的办事效率,增加你的成功砝码,而缺乏相应的沟通能力,注定你只能平平庸庸。

在事业中沟通能力太差,你就可能成为失败者,或者至少不能挖掘自己的潜能。学会熟练地沟通,你就已经踏上了成功之路。

“只有不说的事,没有说不清的事。”表达清楚的沟通,不仅可以消除你与老板、客户、同事之间的障碍,而且还有利于建立良好的人际关系,为自己的成功打开心灵之门。

沟通为成功打开心灵之门

高超的沟通能力可以提高你的办事效率，而缺乏相应的沟通能力，注定你只能平平庸庸。乌托的故事就很好地说明了沟通的作用。

乌托从商店买了一套衣服，很快他就失望了，衣服会掉色，把他的衬衣的领子染上了色。他拿着这件衣服来到商店，找到卖这件衣服的售货员，向他陈述事情的经过。他倒是希望能得到商店的理解，可售货员总是打断他的话。

“我们卖了几千套这样的衣服，”售货员声明说，“你是第一个找上门来抱怨衣服质量不好的人。”他的语气似乎在说：“你在撒谎，你想诬赖我们，等我给你个厉害看看。”

吵得正凶的时候，第二个售货员走了进来，说：“所有深色礼服开始穿时都会褪色，一点办法都没有。特别是这种价钱的衣服，这种衣服是染过的。”

“我差点气得跳起来，”乌托后来叙述这件事时强调说，“第一个售货员怀疑我是否诚实，第二个售货员说我买的是二等品，我气死了。”当时乌托准备对他说：“你们把这件衣服收下，随便扔到什么地方，见鬼去吧！”正在这时这个部门的负责人来了。他很内行，他的做法改变了乌托的情绪，使一个被激怒的顾客变成了满意的顾客。他是怎么做的？

首先，他一句话也没讲，听乌托把话讲完。其次，当话讲完后，那两个售货员又开始陈述他们的观点时，他开始反驳他们，帮顾客说话。他不仅指出衣服的领子确实是因衣服褪色而弄脏的，而且还强调说商店不应当出售使顾客不满意的商品。后来他承认他不知道这套衣服为什么出毛病，并直接对顾客说：“你如何处理？我一定遵照你说的办。”

9分钟前乌托还准备把这件可恶的衣服扔给他们，可现在乌托回答说：“我想听听你的意见。我想知道，这套衣服以后还会再染脏领子吗？能否再想点什么办法？”经理于是建议他再穿一星期，“如果还不能使你满意，你把它拿来，我们想办法解决。请原谅，给你添了这些麻烦。”

乌托满意地离开了商店。7天后，衣服不再掉色了。他完全相信这家商店了。

倾听是最好的沟通

信息是决策基础，信息不清楚是无法获得正确决策的。倾听是获取信息的方法，只有认真地倾听，才能获得准确的信息，而许多准确的信息可为准确的决策提供依据。

英国作家拉迪亚德·吉卜林曾经这样描述恰当的提问与回答：“我有6个忠实的仆人，他们可以告诉我所有想知道的事情。他们的名字是：什么、为什么、何时、何地、怎么样、谁。”在你倾听别人谈话的时候，如果你确保掌握了吉卜林的6个“忠实仆人”的要素，会对你有很大帮助。

国王收到了三个一模一样的金人，但进贡人要求国王回答问题：三个金人哪个最有价值？无论是称重量还是看做工，都是一模一样。最后，一位老臣拿着三根稻草，插入第一个金人耳朵里，稻草从另一边耳朵出来。第二个金人的稻草从嘴巴里掉出来。第三个金人的稻草掉进肚子里。老臣说：第三个金人最有价值！使者默默无语，答案正确。善于倾听，才是最有价值、成熟的人应具备的基本素质。

“金人”故事的实质其实是“善于倾听，才最有价值，讲一定要讲得精悍。”这也就给“费斯诺定理”下了个概念：人要善于倾听，获取对方的信息越多，理解对方的意思就越明确，才能给予对方精悍而正确的答案。

作为一位领导者，首先要倾听问题，然后再去指导，这是田纳西州BUN公司总裁兼CEO给出的最有价值的建议。

只有很好听取别人的，才能更好说出自己的，虚心听取别人的意见是一个人进步的必要条件。自己意见不成熟时不能发表，说得过多了，说的就会成为做的障碍。多听、多做、少说是一个人成熟的表现。

因此，多听少说应该是我们的首要准则。我们大部分人都有点啰唆，告诉别人的比他们需要了解的要多。很多人说话爱跑题，喜欢不着边际地胡吹神侃。如果你认识到自己存在这些问题，就应该学会简洁表达，让别人喜欢你说话，而不是不得不听你说话。如果你老是说的比听的多，你可能就会在与人沟通上受挫，也容易让别人感到厌倦。

倾听能力是企业领导最重要的能力之一。它可以使同事、下属乐意倾诉，令

对话持续不断，有利于消除隔阂、减少误会。

微软 CEO 史蒂夫·鲍尔默曾说：“我的大脑时刻不停，即使听完一个人说的事情，但不能真正消化理解这些东西，我也要认真倾听。这就是我大脑工作的方式，它总是在不停地接受、分析、思考、理解、反应。如果你真想激励人干好工作，那就必须倾听他们所说的，并让他们感觉到你是在倾听。这对我及周围的人都有好处。”

营造良好的企业沟通氛围

英国管理学家 L·威尔德说：“管理者应该具有多种能力，但最基本的能力是有效沟通。”管理者在实践中常常发现，自己在工作中出现的矛盾、问题，往往是由于沟通能力差、与下属缺少交流造成的。当代社会，沟通已经成为各级领导的必备能力，以至哈佛的权威教授一致认为：领导者的真正工作就是沟通。所以，对决策层和管理层来说，沟通不仅是必要的，更是必需的。

企业营造一个团结、紧张、严肃、活泼的良好工作氛围，是实施人性化管理的前提和基础，有利于振奋员工的精神，激发他们的热情；有利于加强员工对企业的认同感和归属感，从而更有利于提高工作效率。具体方法如下：

1. 调解好企业内部人际关系

调解好企业内部人际关系属于情感管理的范畴，它是企业的内部黏合剂。无论一个人的外在表现如何，人总是有情感的。发现员工之间有矛盾时，要善于进行沟通、协调和处理，消除误会，重修旧好。

领导者要参与员工的工余活动，并注意八小时内外有区别，管理者平日的态度，也不必非得执着于“我是上司，你是员工”的界限。其实大家对自己的身份都非常清楚，只要各尽其责就可以了，没有必要过分标榜自己。领导可以如朋友般有限度地透露自己的一些私人事情，拉近与员工之间的距离。

组织各种活动时应该鼓励员工携带家眷参加，一是可增强企业的凝聚力，二是使家眷互相认识，可增加员工之间的联系和认识，工作上的默契和合作性也会因而得到一定程度的提高，从而更有利于企业的发展。

2. 鼓励员工畅所欲言，倾听员工的心声

言论是一种个人观点，一种个人理念，不必求同，对一些与自己差异大的言论，也要表示理解并认真倾听，不打板子，不扣帽子，并善于倾听和分析与自己观点不同的言论，进行扬弃，取其精华，去其糟粕，反省自身的观点和决策，并通过员工的言论，发现自身的缺点和不足。

鼓励员工言论自由，畅所欲言。作为员工，可以毫无掩饰地发表自己的看法和观点，向管理者提出自己的合理化建议而不必担心有什么不良的后果，这本身有利于解决矛盾，有利于使领导者知道员工的心声从而促进沟通。

3. 树立“人人都会有失误”的思想

企业为了规范自身的管理，会制定一些规章制度，并强制要求员工遵守执行。但制度毕竟是少数人制定的，有些还是短时间内赶制出来的，有的符合企业发展和企业管理的规律，有的则与客观实际相悖。

因此总会有人反对或抵制一些制度，总会有人在工作中违反制度。作为管理者，要理解人人都不想有失误的主观认识，客观地看待员工出现的失误，失误不是错误，失误（即使是错误）不是一个员工素质低下的表现，它带有一定的偶然性。

4. 领导者要讲究说话的艺术

领导者的一言一行，都有可能会对他所管理的员工造成较为深刻的影响，所以，领导者要注意自身的行为和言辞，言行上要拘小节。

尤其是在企业经营或管理遭遇挫折时，在员工严重违反企业的规章制度时，领导者的表述一定要恰如其分，切不可夸大其词，小题大做，更不可城门失火，殃及池鱼，迁怒别人，这样会产生严重的后果，同时会大大降低管理者自身的威信，毁树容易栽树难，威信一旦失去，很难再建，对于企业、员工、领导者本身都是有弊无利的。

5. 提倡、激发每一个员工的团队精神和意识

领导者要有明确的切合企业发展实际的目标和实现目标的规划；要努力重视自身的学习和进步，不断提升自己，只有先提升自己才有可能影响和提升别人；让员工明白，最高效率地实现工作目标必须充分发挥每一位员工的才能才会实现，缺少任何员工的参与都会使效率打折扣；安排员工在最适合自身特点的岗位上工

作，做到人尽其才，并让每一位员工都明白，在实现企业目标中他们都能发挥决定性的作用。



乔治定律告诉你：提高沟通能力的5个技巧

良好的沟通能力不是人们生来就有的，它来源于人们在丰富多彩的社会生活中不断地学习和实践。只有为提高语言运用的能力，有计划、有步骤地在口才运用方面不断地努力学习和实践的人，才有可能具有高超的说话水平。那么，如何有效地训练自己的沟通能力呢？

1. 充满自信地与人沟通

沟通效果的好坏，与说话者的心理素质有很大关系。心理素质良好，不仅能顺利表达，而且能获得预期效果。心理素质不佳，或者无法表达准确，或者在表达之中半途而废，或者在双向交流之中难以应对自如，甚至引起误解。

口才与心理素质的关系是不言而喻的。在通常情况下，心理状态如果不是处于某种病态，大多是可以调节的。就是说，一个人说话水平的高低与他个人的主观要求和主观愿望密切相关。

一般来说，当众讲话谁都紧张，只是程度不同，这是正常的。所以，应善于调整心态，树立信心，摒除自卑与恐惧。

2. 丰富的知识有利于沟通话题的进行

知识是人们在社会实践中所获得的认识和经验的总和，是说话者能够很好地以言辞实现人际沟通交流的源泉。有的人之所以说话水平很高，究其根本原因，就在于平日丰厚的知识积累。胸有成竹，厚积薄发；积之愈深，言之愈佳。

对交谈者来说，知识应当是多方面的。对不同的人，有不同的知识要求；不同的人，对知识的把握程度也不相同。

3. 多听少说

在沟通过程中，20%的说话时间中，问问题的时间又占了80%。问问题越简单越好，是非型问题是最好的。说话以自在的态度和缓和的语调，一般人更容易接受。

4. 沟通中不要指出对方的错误，即使对方是错误的

如果不赞同对方的想法时，不妨还是仔细听他话中的真正意思。若要表达不同的意见时，切记不要说：“你这样说是没错，但我认为……”而最好说：“我很感激你的意见，我觉得这样非常好。同时，我有另一种看法，不知道你认为如何？”“我赞同你的观点，同时……”要不断赞同对方的观点，然后再说：“同时……”而不说“可是……”“但是……”沟通高手都有方法让别人喜欢他，从而博得信任，表达的意见也易被别人采纳。

5. 不要忽视声音和肢体语言的重要性

你的声音和肢体语言要让对方感觉到你所讲和所想的十分一致，否则对方无法收到正确信息。

20 首因定律： 创造良好的第一印象

【一位心理学家曾做过这样一个实验：他让两个学生都做对 30 道题中的一半，但是让学生 A 做对的题目尽量出现在前 15 题，而让学生 B 做对的题目尽量出现在后 15 道题，然后让一些被试者对两个学生进行评价：两相比较，谁更聪明一些？结果发现，多数被试都认为学生 A 更聪明。这个实验研究表明，外界信息输入大脑时的顺序，在决定认知效果的作用上是不容忽视的。最先输入的信息作用最大，最后输入的信息也起较大作用。大脑处理信息的这种特点是形成首因效应的内在原因。

首因效应也叫第一印象效应，是指人们根据最初获得的信息所形成的印象不易改变，甚至会左右对后来获得的新信息的解释。如与人第一次交往中给他人留下的印象。首因效应会让第一印象在对方的头脑中占据着主导地位。这种印象非常深刻，持续的时间也长。】

让印象管理提高你的成功概率

“印象管理”是心理学家库利、戈夫曼等人提出的一个概念，是指人们试图管理和控制他人对自己所形成的印象的过程。通常，人们总是倾向于以一种与当前的社会情境或人际背景相吻合的形象来展示自己，以确保个体能够获得所期望的评价。几乎很多人在别人面前所做的事情，都是为了实现较好的印象管理。比如，在公共卫生间，如果有别人在场的话，人们多会便后洗手；女士与男士一起吃饭的时候，也倾向于减少食量，比单独就餐时吃得少一些。

如果你需要在社会上谋取一份工作获取生存保障或者发展自己的事业，你尤其需要在面试时注重自身的印象管理，因为面试只是对你能力素质的匆匆一瞥，如果你不能在这有限的时间里为面试官留下较好的印象，你的求职愿望很可能会泡汤。

很多人在面试过程中倾向于讨好面试官，比如夸赞面试官着装有品味，较有人格魅力等，但是心理学家在研究中发现，这些努力并不能更有助于你获得这个职位。心理学家指出，在使用印象管理技术的求职者中，关注自身优点的求职者得到的评价高于那些关注面试考官的求职者。举个例子，一个求职者应征销售经理的职位，如果他在面试时强调自己具备这些优势：擅长与人打交道、与人交流时具有较强说服力，对他恭维面试考官的努力相比，前者更有助于他获得这个职位。

此外，如果应聘者在面试时使用了虚假的印象管理手段，如夸赞面试考官具有某些其不具备的人格特质，还会使结果适得其反。固然大多数人都喜欢别人恭维自己，但是他们非常厌恶别有用心心的虚伪恭维，因此，应聘者最好不要在面试时画蛇添足，导致与中意的工作擦肩而过。

有心理学家指出，存在权力差距的情况下，较为成功的印象管理方式是模糊策略。也就是说，应聘者可以在一定程度上表现谦虚，甚至自嘲“非常一般”。成功使用这种模糊策略的关键是：在一些无足轻重的小事上表明自己的平庸，而在关键事件上自我赞美、自我抬高，通过利用谦虚和自嘲来增强自我抬高的可信度。比如，在应聘销售经理职位时，应聘者描述自己的某一次工作经历时，除了

强调自己克服了重重困难、卓有成效地完成工作外，还可以开玩笑的口吻称，他之所以需要换一份薪水更高的工作，是因为超速行驶而被多次罚款。面试官意欲寻找的是一名优秀的销售经理，而不是司机，所以应聘者的这种面试策略等于是强化了与工作相关行为的可信度：“我想我是一个很糟糕的司机，但却是一个优秀的销售经理。”

7 秒钟让你的印象在他人心中定格

人与人的交往，第一印象非常重要，尤其是在初次见面的时候。信纳法·佐宁博士在《沟通》一书中这样写道：“当你在社交场合遇到陌生人时，你应在最初几秒钟内把注意力集中到他的身上。很多人的际遇会因此而改变。”

英国伦敦大学一位系主任在谈到一位来自中国的讲师时说：“从她一进门，我就感到她是我所渴望的人。她身上散发着某种精神，被她那庄重的外表衬托得越发迷人。因为只有一个有高度素养、可信、正直、勤奋的人才有这样的光芒。30 分钟之后，我就让她第二天来系里报到。她没有让我失望，至今她是最优秀的讲师。”这个激烈角逐的位置就这样由于迷人的第一印象而落到了这位中国女博士的手中。

有研究证明：产生第一印象的 7 秒钟可以保持 7 年。人的第一印象一旦形成，就很难改变，如果第一印象不好，也许下面的事情就可能泡汤、失败。

一个业务员的失败，80% 是因为留给客户的第一印象不好。也就是说，在你还没开口之前，别人就把你给否定了。

不知大家是否有过这样的经历：在电话里跟一位女士谈得很好，对方的声音很甜。这时你在心里就会有种种的猜想，比如，猜想她长得肯定跟她的声音一样美，肯定漂亮；她的素质一定很不错；她的气质一定会很高雅等，就会有一种想和她见面的冲动，希望很快见到她。这是一种正常心理。

有的时候，一旦见了面，或者还没见面，远远地看见，就可能使你大失所望，没有了兴趣。为什么？具体也说不清楚，就是一种总体的感觉。这种感觉和原来的想象有很大的落差。就这么一瞬间，脑子里便会闪出一个非常感性的决定：不行，

这人不行。

心理学家研究发现，人们的第一印象是非常短暂的，只有几秒到几十秒之间。也就是说，在如此短暂的时间内，人们就对你这个人盖棺定论了。

在心理学中第一印象被称为“首因效应”，无论它是正确的还是错误的，大部分人都依赖于第一印象的信息，而这个第一印象的形成对于日后的决定起着非常大的作用。它比第二次、第三次的印象和日后的了解更重要。第一印象的好与坏几乎可以决定人们是否能够继续交往。美国勃依斯公司总裁海罗德说：“大部分人不了解你，所以他们对你的第一印象是非常重要的。如果你给人的第一印象好，你才有可能开始第二步，如果你留下一个不良的第一印象，很多情况下，我们会相信第一印象基本上准确无误。对于寻求商机的人，因为一个糟糕的第一印象，就失去潜在的合作机会，这种案例数不胜数。你必须花费更多的时间，才能够抹去糟糕的第一印象。”

尽管我们理直气壮地告诉别人，不要仅凭一个人的外表妄下结论，但事实上是，全世界的人都在这么做，当然也包括我们自己。

好形象征服面试官

在人力资源的招聘过程中，招聘人员应该注意首因效应对招聘效果的影响。因为如果只是根据面试开始的几分钟甚至是面试前从资料中得到的印象，就对应聘者做出了是否录用的决定或者评价，有可能把优秀的人才从自己的眼皮底下放走，也有可能招聘的人员因为第一印象而选定的人，根本就不适合岗位，不但浪费招聘成本，还可能影响企业的正常生产工作。

一天上午，李海赶到一个公司参加最后一轮应聘，主考官正是该公司的谢老总。临到考试时间快要结束时，李海才满头大汗地赶到了考场。谢老总瞥了一眼坐在自己面前的李海，只见他大滴的汗珠子从额头上冒出来，满脸通红，上身一件红格子衬衣，加上满头乱糟糟的头发，给人一种疲疲沓沓的感觉。

谢老总仔细地打量了他一阵，疑惑地问道：“你是研究生毕业？”似乎对他的学历表示怀疑。李海很尴尬地点头回答：“是的。”接着，心存疑虑的谢老

总向他提出了几个专业性很强的问题，李海渐渐静下心来，回答得头头是道。最终，谢老总经过再三考虑，总算决定录用李海。第二天，当李海第一次来上班时，谢老总把李海叫到自己的办公室，对他说：“本来，在我第一眼看到你的时候，我就不打算录用你，你知道为什么吗？”李海摇摇头。谢老总接着说：“当时你的那副尊容实在让人不敢恭维，满头冒汗，头发散乱，衣着不整，特别是你那件红格子衬衫，更是显得不伦不类的，不像个研究生，倒像个自由散漫的社会小青年。你给我的第一印象太坏。要不是你后来在回答问题时很出色，你一定会被淘汰。”

李海听罢，这才红着脸说明原因：“昨天我前来赶考时，在大街上看见有人遇上车祸，我就主动协助司机把伤员抬上的士，并且和另外一个路人把伤员送去医院。从医院里出来，我发现自己的衣服沾了血迹，于是，我就回家去换衣服。不巧我的衣服还没干，我就把我二弟的一件衬衫穿来了。又因为耽误了时间，我就拼命地赶路，所以，时间虽然赶上了，却是一副狼狈相……”

谢老总这才点点头说：“难得你有助人为乐的好品德。不过，以后与陌生人第一次见面，千万要注意自己给别人的第一印象啊！”李海的工作很出色，不出半年，就被升为业务主管，深得谢老总的器重。

从以上求职的小故事中，我们可以看到，“第一印象”相当重要。虽然我们也知道仅凭一次见面就给对方下结论为时过早，“首因效应”并不完全可靠，甚至还有可能会出现很大的差错，但是，绝大多数的人还是会下意识地跟着“首因效应”的感觉走。

因此求职者面试时对着装不可掉以轻心，但精心选择并不等于极端地求新求异。面试时的着装要有针对性，让考官能够辨析求职者本人同其所申请职位的吻合度。比如应聘金融行业的人，宜穿深色套装体现出专业和严谨；若是从事公关行业，在着装上可以适当体现出自己对时尚的敏感度；还有，求职者要注意鞋子是否干净等细节。

给客户留下良好的第一印象

业务员给客户的第一印象很重要，甚至直接影响到了说服的效果。有人统计，

初次见面如果能给人以良好的印象，那么接下来的推销过程往往会非常顺利，否则就会困难重重。既然第一印象这么重要，那么具体该怎么做呢？

1. 熟悉客户的基本情况

我们经常会发现，我们去与客户会面时，刚开始10分钟气氛很好，可过了一會兒，就不知道和客户谈什么，或者是整个过程只是业务员一个人在发表演说。

之所以出现这种情况，主要是因为你对客户了解得不够透彻。

如果你在拜访客户之前，能对他下一番功夫进行了解，你们的会面一定会非常愉快。你可以针对客户的情况，谈论他感兴趣的话题，这对你的推销也是有好处的。

2. 记住客户的名字

准确记住客户的名字，而且要不止一次地使用。要是你没有把握的话，那就先问问清楚。记住客户的名字，会让他们感觉自己很受重视。

3. 有一个精彩的开场白

业务员与客户见面时，前两分钟所说的话，这可以说是客户对业务员第一印象的再次定格。虽然经常讲不能用第一印象去评判一个人，往往我们的客户却经常用第一印象来评价你，这决定了客户愿不愿意给你机会让你继续谈下去。

一般来讲，标准的开场白包括以下几个部分：感谢客户接见你并寒暄、赞美；自我介绍或问候；介绍来访的目的（此中应突出客户价值，以吸引对方）；转向探测需求（以问题结束，好让客户开口讲话）。

4. 谈话过程中，要时刻注意对方的眼神和表情

眼睛是心灵的窗口，被访者对推销员的心理反应都能从那里看到——冷淡、反感，或者部分认可，或者很感兴趣，或者心不在焉，或者准备做出什么决定等。优秀的推销员能从这些眼神变化中发现自己所谈的话题是否正确，是否需要及时调整。

原一平是日本的推销大师，有一次，他去拜访一位准客户，两人已经有些熟悉了。据原一平所知，这位客户手上拥有相当数量的股票，一直非常关心股市的行情。于是他从近期股市变化引入话题，但一开始便发现犯了错误，对方很漠然，完全没有那种兴奋得闪闪发光的眼神。原一平知道情况一定发生了变化，赶紧打住，巧妙地调转话题。事后才知道，那位准客户已经卖掉了手中的全部股票，转

做房地产生意了。

5. 谈话时间不要太长

不要以为与准客户的谈话时间越长越好，如果在谈话开始不久，便从对方的眼神中发现话不投机，或者来得不是时候，那么与其让别人说出“我很忙，请改日再来”，不如自己主动告退，一则显得很有风度，二则也能使对方稍感歉意。那种勉强让对方接受的拜访和谈话，是绝对不可取的。



首因定律告诉你：如何打造良好的第一印象

了解了第一印象的重要性，现在我们来谈谈应该怎样给人留下良好的第一印象。

通常，第一印象包括谈吐、相貌、服饰、举止、神态，对于感知者来说都是新的信息，它对感官的刺激也比较强烈，有一种新鲜感。这好比在一张白纸上，第一笔抹上的色彩总是十分清晰、深刻一样。随着后来接触的增加，各种基本相同的信息的刺激，也往往盖不住初次印象的鲜明性。所以，第一印象的客观重要性还是显而易见的，并在以后交往中起了“心理定式”作用。

如果你与人初次见面就不言不语、反应缓慢，给人的第一印象基本就是呆板、虚伪、不热情，对方就可能不愿意继续了解你，即使你尚有许多优点，也不会被人接受；而如果你给人留下的印象是风趣、直率、热情，即使你身上尚有一些缺点，对方也会用自己最初捕捉的印象帮你掩饰短处。

一般来说，想给他人留下良好的第一印象，必须要牢记以下五点：

1. 显露自信和朝气蓬勃的精神面貌

自信是人们对自我的才干、能力、个人修养、文化水平、健康状况、相貌等的一种自我认同和自我肯定。一个人要是走路时步伐坚定，与人交谈时谈吐得体，说话双目有神、目光正视对方、善于运用眼神交流，就会给人以自信、可靠、积极向上的感觉。

2. 仪表、举止得体

脱俗的仪表、高雅的举止、和蔼可亲的态度等是个人品格修养的重要部分。在一个新环境里，别人对你还不完全了解，过分随便有可能引起误解，产生不良

的第一印象。当然，仪表得体并不是非要用名牌服饰包装自己，更不是过分地修饰，因为这样反而会给人一种轻浮浅薄的印象。

3. 讲信用，守时间

现代社会，人们对时间愈来愈重视，往往把不守时和不守信用联系在一起。若你第一次与人见面就迟到，可能会造成难以弥补的损失，最好避免。

4. 言行举止讲究文明礼貌

语言表达要简明扼要，不乱用词语；别人讲话时，要专心地倾听，态度谦虚，不随便打断；在听的过程中，要善于通过身体语言和话语给对方以必要的反馈；不追问自己不必知道或别人不想回答的事情，以免给人留下不好的印象。

5. 微笑待人，不卑不亢

第一次见面，热情地握手、微笑、点头问好，都是人们把友好的情意传递给对方的途径。在社会生活中，微笑已成为典型的人性特征，有助于人们之间的交往和友谊。与别人第一次见面，笑要有度，不停地笑有失庄重；言行举止也要注意交际的场合，过度的亲昵举动，难免有轻浮油滑之嫌；尤其是对有一定社会地位的朋友，不应表露巴结讨好的意思。趋炎附势的行为不仅会引起当事人的蔑视，连在场的其他人也会瞧不起你的。

21 权威效应： 人微则言轻，人贵则言重

【美国的心理学家曾经做过一个实验：在给某大学心理学系的学生们讲课时，向学生介绍一位从外校请来的德语教师，说这位德语教师是从德国来的著名化学家。实验中这位“化学家”煞有其事地拿出了一个装有蒸馏水的瓶子，说这是他新发现的一种化学物质，有些气味，请在座的学生闻到气味时就举手，结果多数学生都举起了手。对于本来没有气味的蒸馏水，由于这位“权威”的心理学家的语言暗示而让多数学生都认为它有气味。上面的实验便凸显了权威效应。

权威效应又称权威暗示效应，指如果一个人地位高，有威信、受人尊敬，那么他所说的话、所做的事容易引起别人的重视，并相信其正确性。也就是说，人们对权威的信任要远远超过对常人的信任。即“人微言轻、人贵言重”。】

有一种强大的影响力叫“权威”

权威效应的普遍存在，首先是由于人们有“安全心理”，即人们总会认为权威人物掌握着真理，权威人物的判断、选择、行为都会更加正确，服从权威人物便会使自己具备安全感，不会在众人面前出丑；再者，人们往往有获得认同和赞许的心理诉求，人们倾向于认为权威人物的要求和社会规范相一致，按照权威人物的要求去做，会获得其他人的认同，以致赢得他们的好感。

在日常生活中，权威效应随处可见，你打开电视，常会看见某个权威人物在大力地推荐某个商家的产品，你翻阅报纸，发现文章中常会出现某些权威机构和权威人物的名字，作者以此在佐证自己的观点，增强自己文章的说服力。

航空工业界里，有一个现象叫“机长综合征”。说的是在很多事故中，机长所犯的错误都十分明显，但飞行员们没有针对这个错误采取任何行动，最终导致飞机坠毁。下面这个有趣的故事，就是“机长综合征”的一个典例。

一次，著名空军将领乌托尔·恩特要执行一次飞行任务，他的副驾驶员却在飞机起飞前生病了，于是总部临时给他派了一名副驾驶员做替补。和这位传奇的将军同飞，这名替补觉得非常荣幸。在起飞过程中，恩特哼起歌来，并把头一点一点地随着歌曲的节奏打拍子。这个副驾驶员以为恩特是要他把飞机升起来，虽然当时飞机还远远没有达到可以起飞的速度，他还是把操纵杆推了上去。结果飞机的腹部撞到了地上，螺旋桨的一个叶片飞入了恩特的背部，导致他终生截瘫。

事后有人问副驾驶员：“既然你知道飞机还不能起飞，为什么要把操纵杆推起来呢？”他的回答是：“我以为将军要我这么做。”

从心理学角度，这个故事反映了社会中普遍存在的一种心理现象——权威效应。也就是说，尽管我们每个人都对身边的人或者对社会有一定的影响力，但影响力的大小有所不同。一般来说，权威人士容易对其他人产生更大的影响。

例如，某天你眼部不适，到医院就诊，如果其他条件相同，有一位眼科专家和一位刚从医学院毕业的年轻大夫供你选择，相信你一定会选择专家。还有，一篇医学论文是被推荐到联合国的某个组织去报告，还是刊登在普通杂志上，这种

反映医学成就的信息，其影响肯定是不一样的。

权威对我们的影响力要超出常人，崇尚权威，迷信权威人士成了社会大众的一个普遍特征。社会中大多数处于中下层地位的人，学识有限，心理脆弱，对超出自身生活经验的问题不甚了解，不辨真伪，因而盲目相信所谓权威的意见。他们甚至不在乎“说什么”，而在乎说者本身的权威地位。古往今来的君主枭雄、教主领袖，乃至市井中有号召力之人，他们的号召力往往正是来源于对大众心理的这种控制。

榜样的力量可以增强心理形象

春秋晋国有一名叫李离的狱官，他在审理一件案子时，由于听从了下属的一面之词，致使一个人冤死。真相大白后，李离准备以死赎罪，晋文公说：“官有贵贱，罚有轻重，况且这件案子主要错在下面的办事人员，又不是你的罪过。”李离说：“我平常没有跟下面的人说我们一起来当这个官，拿的俸禄也没有与下面的人一起分享。现在犯了错误，如果将责任推到下面的办事人员身上，我又怎么做得出来。”他拒绝听从晋文公的劝说，伏剑而死。

正人先正己，做事先做人。管理者要想管好下属必须以身作则。示范的力量是惊人的。不但要像先人李离那样勇于替下属承担责任，而且要事事为先、严格要求自己，做到“己所不欲，勿施于人”。一旦通过表率树立起在员工中的威望，将会上下同心，大大提高团队的整体战斗力。得人心者得天下，做下属敬佩的领导将使管理事半功倍。

榜样的力量是无穷的。与其喊破嗓子，不如做出样子。只有以身作则，以实际行动去影响人、激励人，才能起到事半功倍的效果。如果不学无术，夸夸其谈，说得多，做得少，就会使下属失望，挫伤下属的积极性，增大团队“离心力”。

“其身正，不令而行，其身不正，虽令不从”。以自己的行动去带动别人，实际上也是对越轨行为的无声批评，其效应是正面批评无法代替的。

一个领导可以引人向善，也可以引人作恶。不要向你的部下说教——这非但一点用处也没有，反而会使情况变得更糟。你要求他们怎样做，你自己也要那样做。

在日常生活方面，你将会很惊讶地发现，有很多下属模仿你的生活方式。一位高声吼叫，不注重个人外表的上尉，将拥有一个高声吼叫，而且外表邋遢的团队。你的团队就是你自己的反映。

自我牺牲是管理才能中的必要条件。你时时都在付出、牺牲。你必须在肉体上要求自己担任时间最长、最困难的工作，并且负担起最重大的责任。你必须每天早上最早起床，晚上最晚入睡。当其他人已经安然入睡时，你还要工作。在心理上，你要同情及谅解你部下的困难。例如，某位下属的母亲死了，还有一位则因为银行倒闭而失去了一切积蓄。他们可能需要帮助，但更需要同情。不要犯这种错误：说你自己的麻烦已经够多了，拒绝帮助他们。如果这样做，你每这样做一次，就等于敲掉了你房子地基的一块石头。你的部下就是你的基础，长此以往，你的“管理才能”的房屋将会倒塌。你应该尽量经常自掏腰包照顾你部下的健康与幸福，或是帮助他们渡过难关。一般来说，你所花的这些钱会有回报。也许有时候，你会损失一点钱。即使如此，这种损失也是值得的。你的“士兵”就像小孩子。你要照顾他们，尽你的最大努力为他们提供住宿、食物与衣服。你先要使他们有饭可吃了，然后才能为你效劳。你要使他们每个人皆有一张床睡觉，然后再来考虑你将在何处睡觉。你关心他们的舒适与否，要胜过关心你自己。你在做完这些行动之后，你将为原来就像是一架机器的部队增添了生命活力。你在你的团队中创造了一个灵魂，使整个团体和你结为一体，仿佛成了一个人。这就是大智慧。

商家为什么请专家或名人推荐商品

“生意不好怨柜台”，这看起来是一种无奈之举，其实也是一种明智的选择。生意清淡，经营上肯定存在问题；有效办法是迅速改变经营策略，谋取新的出路。

丁医生在一家企业医院任口腔科医生，50岁时单位就让她退休了。对一位女医生来说，50岁正是做事的时候，她不可能赋闲在家。于是，就租了一间15平方米的街面房，办起牙科诊所。她想，自己有主治医师职称，在补牙、拔牙、镶牙、洗牙、牙矫正等方面富有临床经验，办个小诊所，生意应当不错。

可是，过了一段时间，诊所生意一直清淡。主要有两个原因：一是病人怀疑

21 权威效应：人微则言轻，人贵则言重

她是不是正宗的牙医，是牙医为什么不到大医院去干；二是她的诊所不能用社保卡，医疗费用全部由患者自掏腰包。因而，到她诊所就医的，实在很少。

丁医生当机立断，摘掉了牙科诊所的牌子，换上“婷婷洗牙店”的招牌，并告知：“本店专门为需要健康美白牙齿的人提供方便，只要花30元钱，就可以享受每秒3万次的超声波与高压水雾对牙齿的轻拂，20分钟后，你牙齿上的污垢、结石和菌斑将被清除得一干二净，让你一笑一口白！”

医生还是丁医生，门面还是这个门面，设备还是这些设备，可她的生意马上好了起来。第一天就有10个女郎来洗牙，她们才不管能不能报销，只要一笑一口白，再加上10元也乐意。到如今，她的生意好得很，整天忙得团团转。

招牌一换客源来，说明做生意不能走老路，要跟上时代发展，适应生活中出现的新需求；操纵顾客的心理，换上让人动心的招牌。

许多人都崇尚名人，对名人的话俯首恭听，唯命是从。因此，生意场上若能使自己的商品与某个名人挂上钩，操纵名人效应，定会格外醒目，销路自然大开。

在洗发水广告中“百年润发”篇，可以作为一个经典。首先，商家力邀周润发来做这个同名产品的广告，其次，广告中周润发温柔地为妻子冲洗头发那一幕，曾经打动了无数消费者的心弦。大家在记住这温馨一幕的同时也记住了这个和周润发的名字很相像的洗发水品牌。

人们出于对名人的喜欢、信任甚至模仿，从而转嫁到对产品的喜欢、信任和模仿，是很自然的。名人的影响力越大，你的招牌就越响亮。

北京北海公园琼岛北面有家名叫仿膳饭店的老饭庄，已有数十年历史。虽然这里的饭菜全是仿照清朝宫廷菜点的方法烹制，但生意一直很淡。后来他们通过调查，发现外国游客大都对皇帝的起居饮食怀有浓厚兴趣，于是决定以“皇帝吃过的饭菜”作为仿膳的特色，大张旗鼓进行宣传。他们搜集了许多关于宫廷菜点的传说和有关的轶事，编成故事，让服务员背下来，在点菜、上菜时根据不同顾客，不同场合加以介绍，生意一下子变得兴盛起来。一次，美国华盛顿黑人市长在这里举行答谢宴会，席间服务员端上一盘点心，彬彬有礼地介绍说：“慈禧太后夜里梦见吃肉末烧饼，第二天早上碰巧厨师为她准备的正是肉末烧饼，她高兴极了，认为这正是心想事成、吉祥如意的象征。今天各位吃的就是当年慈禧太后‘梦寐以求’的肉末烧饼，愿大家今后事事如意，步步吉祥……”一席话把美国客人逗

乐了。华盛顿市长高兴地敬了服务员一杯酒，说：“下次来北京，愿再来你们这里做客！”

许多商业广告喜欢用名人而不惜重金，实际上也是借力的应用。有头有脸的人都喜欢用的东西，普通人心理上容易认同：“我和xx用的同一个品牌的”。同样是消费，多一层攀龙附凤的光环，自然很多人愿意借这个光。

攀龙附凤之心大部分世人都有，谁不希望有个声名显赫的朋友：一个明星，或者随便什么大人物？如果能跻身于他们的行列，自己也便沾上了荣耀，在别人眼里也就身价大增了。

有位阿拉伯人名叫阿卜杜拉，本来穷困潦倒，身无分文，就是使用了这种手段，广求于天下，不但求来许多名人做朋友，还为自己求来了百万家财。

其实，他致富的法宝说来简单有趣。他的签名簿里贴有许多世界名人的照片，再模仿名人的亲笔字，签写在照片底下，阿卜杜拉便带着这几本签名簿浪迹寰宇，登门造访工商巨子和好名的富翁。

“我是因仰慕您而千里迢迢从沙漠阿拉伯前来拜访您的，请您贴一张玉照在这本（世界名人录）上，再请您签上大名，我们会加上简介，等它出版后，我会立即寄赠一册……”

又由于这些人有的是钱，又喜欢摆阔，一想到能跟世界名人排名在一起，便感到无限风光，这样一来，他们就毫不吝惜付给阿卜杜拉一笔为数可观的金钱。

每本签名簿的出版成本不过是一两美元。而富人所给的报酬，却往往超过上千美金。艾布杜整整花了6年的时间，旅行100个国家，提供给他照片与签名的共有2万多人。给他的酬劳最多的2万美元，最少的也有50美元，总计收入大约500万美元。

招牌就是硬道理。有了好的招牌，自然客源滚滚来。要想使产品迅速为大众所知，打开销路，最好的办法就是找名人做广告。

以自信为利器，破除“权威”的圈套

不可否认，权威效应有它积极的一面，在日常生活中，积极、上进的权威效

21 权威效应：人微则言轻，人贵则言重

应是值得提倡的。

例如，树立权威人士做群众的好榜样，会有助于形成良好的社会风尚；请权威人士担任形象大使，负责环保、节能、关爱生命、如何急救等有意义的公益宣传，将会在大众心中留下深刻的印象，从而起到更好的促进作用。

然而，权威效应也有其消极、颓废一面。例如，某些虚假、误导的广告，由于聘请了一些权威人士进行代言，造成诸多消费者受骗上当。特别是那些涉及医药用品与医疗服务方面的广告，造成的危害及恶劣影响更大。要知道，从心理学层面讲，对于大众而言，权威人士广告的性质属于“证言广告”，大家虽然没有切身去体验，但因为对代言者的推崇和信任，往往会热心追捧，甚至深信不疑。这也是为何人们再三强调，权威人士或名人在代言广告方面，要强化责任感和守法意识。

作为普通人，我们应该明白，其实“权威”也是凡人，他们或多或少都会受到时代和自身条件的局限。如果我们不能认识到这一点，而总是跪倒在“权威”的面前，那么我们就永远不会进步。

我们具体应该如何破除权威效应的消极圈套呢？

洛德·卢瑟福是英国著名核物理学家，因对元素裂变的研究获得1908年诺贝尔物理学奖。他曾断言：“由分裂原子而产生能量，是一种无意义的事情。任何企图从原子蜕变中获取能源的人，都是在空谈妄想。”但数年后，用于发电的原子能就问世了。目前原子能已经成为主要的发电新能源。在法国，原子能的利用率甚至已占各种能源的40%。

在科学大发现的时代——19世纪，当牛顿发现宇宙定律，伦琴发现X射线后，有科学家曾断言：科学的路已走到头了，以后的科学家的任务就是尽量使实验做得更精确一些。但不久，爱因斯坦就发现“相对论”，给了科学界一个新视野。

与之类似，还曾发生过这样一个令人深思的真实故事：

一位导师，每天晚饭后都要出去散步，在散步之前，他都要给他的一位学生留三道题，放在桌子上，等学生来解答。

这天这位学生发现老师只给他留了两道题，他很快做完了，又在老师的书中发现了一个折着的小纸条，上面写着一道题，题目是：“如何用一支圆规和一把没有刻度的尺子来画一个正十七边形？”他开始冥思苦想，到深夜的时候，终于

找到了答案。于是次日来见他的导师，导师见后异常地惊讶，因为那道夹在书里的题目是他打算花大力气解决的，是当时数学界的一道难题。这位学生就是高斯。

试想，如果当时高斯知道那是一道当时数学界的难题时，也许根本不会那么快找到答案。

所以，我们看问题不要被问题吓倒，更不要惧怕权威，也不能盲目地迷信权威。



权威效应告诉你：如何让自己拥有权威影响力

塑造权威感的 18 个法则：

1. 在发表意见的时候，将意见整合为若干大项。
2. 每次都能将意见归纳成三大项，别人就会对你的归纳能力留下深刻的印象。
3. 任何话都尽量在三分钟以内说完，也是表现“自己头脑好”的诀窍。
4. 凡事考虑周到，想到最坏的结果。
5. 平常说话时偶尔加入一两个专业名词，可以使人感觉你有深度。
6. 若想让别人接受自己的意见，可以尝试以名言或谚语的方式表达自己的意见。
7. 叙述数字时若能将个位数也表示清楚，可以提高别人对自己的信赖感。
8. 某些畅销书就算没读过，别人提到时也要表现出感兴趣的样子。
9. 与他人一起就餐时，对于菜品的选择不要优柔寡断。
10. 与人约定下次见面时间时不妨先翻看一下记事本，再确定时间，可提升自己的社交价值。
11. 为了看起来像个“大人物”，不妨将各种动作放慢。
12. 逆光走向对方会使人产生此人较“大”的感觉。
13. 一定要对交谈对象的谈话内容有所回应。
14. 重复“我认为……”、“我的……”等话语，可以加深别人对自己的印象。
15. 专精于某一件事，往往可让人另眼相看。
16. 腰部挺直的坐姿，可让人留下“才俊”的印象。
17. 说话时直视对方的眼睛，可以给对方留下好印象。
18. 不要刻意隐藏缺点。

22 晕轮效应： 擦亮眼睛，切忌“爱屋及乌”

【晕轮效应最早是由美国著名心理学家爱德华·桑戴克于20世纪20年代提出的。他认为，人们对人的认知和判断往往只从局部出发，扩散而得出整体印象，也即常常以偏概全。一个人如果被标明是好的，他就会被一种积极肯定的光环笼罩，并被赋予一切都好的品质；如果一个人被标明是坏的，他就被一种消极否定的光环所笼罩，并被认为具有各种坏品质。这就好像刮风天气前夜月亮周围出现的圆环（月晕），其实，圆环不过是月亮光的扩大化而已。据此，桑戴克为这一心理现象起了一个恰如其分的名称“晕轮效应”，也称作“光环作用”。

晕轮定律，指人们看问题时，像日晕一样，由一个中心点逐步向外扩散成越来越大的圆圈，是一种在突出这一晕轮或光环的影响下而产生的以点带面、以偏概全的社会心理效应。】

从“情人眼里出西施”说开去

“情人眼里出西施”，说的是为爱慕之情所迷，觉得所爱女子无处不美。黄庭坚的诗“草茅多奇士，蓬荜有秀色。西施逐人眼，称心斯为得”便是由这句古话而来的。情人在相恋的时候，很难找到对方的缺点，认为他（她）的一切都是好的，做的事都是对的，就连别人认为是缺点的地方，在双方看来也是无所谓的。

其实，这就是晕轮定律的表现。下面，我们再来看看博达列夫实验，亦证明了同样的道理：

在课堂上，苏联学者博达列夫向两批学生出示同一张照片，告诉第一批学生这是一名罪犯，因杀人而入狱；告知另一批学生这是一个物理学家，曾得过诺贝尔物理学奖。然后，他要求学生根据其形象描述他可能具有的性格。结果，第一批学生的评价都是贬义的，而第二批几乎全是赞美的。

心理学家认为，这种效应是由知觉者的情感引起的，对他人的一种主观倾向。由于我们在知觉他人时有一种情感效应，我们对他人的评价就容易出现偏差，这一偏差表现为当某人或某物被我们赋予了一个肯定的、令我们喜欢的特征之后，那么这个人就可能被我们赋予许多其他好的特征。

再有，中国有句古话叫“爱屋及乌”，意思是如果爱一个人，连他家屋上的乌鸦都会喜爱。要知道，依我国自古流传的迷信习俗，乌鸦是“不祥之鸟”，它落到谁家的屋上，谁家就要遭遇不幸。那么，为什么还会有“爱屋及乌”的现象呢？

其实，这也是晕轮定律的典型表现。无论在人际交往，还是认识事物时，人们常从对方所具有的某个特性而泛化到其他有关的一系列特性上，从局部信息形成一个完整的印象，即根据最少量的情况对别人或其他事物做出全面的结论。它实际上是个人主观推断泛化和扩张的结果。

扩大自己的光环，提高自己的形象

作为求职者来说，很难正确把握应聘考官的心理，但是，在面试中，求职者要做一个细心人，不失时机地把握应聘考官当前心里想的是什么，当前最想做什么等，然后主动地根据主考官的思路把事情提前做好，就能在求职的过程中变被动为主动，往往会让应聘考官对你产生非常深刻的印象，从而有助于自己求职成功，这就是“晕轮效应”的反映。

曾经有一位刘丽小姐在参加她现在就职的单位招聘时，她的主动让应聘考官记忆犹新。那天正好是星期六，刘丽小姐到当地的人才市场上去寻找工作时，发现人才市场中心有一家招聘摊位前挤满了求职人员，刘丽于是也挤过去看看，此时她发现这家单位正好也招聘自己想要寻找的秘书职位。由于前来应聘的人特别多，再加上当时正值酷暑期间，大厅内温度非常高，众多求职者的嘈杂声也让应聘考官心烦意乱。

就在应聘考官决定当天暂时停止招聘时，他突然发现整个大厅里的嘈杂声没有了，当应聘考官正要站起来想看个究竟时，应聘考官旁边的工作人员告诉他，是前来应聘的一个女孩子，在大厅内主动地帮助维持秩序。应聘考官听到这话，心头一震：自己从事招聘工作这么多年了，还从来没有遇见类似这种女孩的主动工作行为呢，像这种积极性、主动性强烈的女孩现在的确还很少见呢，这种行为难道不正是一个秘书所要具备的基本要求吗？

于是，这位应聘考官立即停止手头的工作，并让旁边的工作人员把正在大厅后面维持秩序的刘丽小姐叫到自己的跟前，向她询问她为什么能够主动站出来维持大厅的秩序，同时戴上眼镜仔细地看了刘丽提交给他的求职介绍信。刘丽拂了拂额前的头发，然后面带微笑地说：“没什么，我也是求职队伍中的一员，维持好求职秩序和环境，是每一位求职人员应该做的事情，况且您主考大人也需要清静一些来阅读我们的求职材料。”

经过一番问答，这位应聘考官紧握住刘丽的手，并向她表示感谢。最后的结果肯定是，刘丽在众多的求职者中脱颖而出，成为唯一的求职成功者。

通过上面的例子，我们不难看出，刘丽这种看似无意但积极主动的行为，增加了她的“光环”，她的这种行为正是一个秘书应该具备的，她做到了，从而帮助她求职成功。

善于为自己开高价

当一个人进入社交领域，便会有一个身价，但是这种身价是无形的，身价的高低主要取决于人们的心理价位。所以在知己知彼的前提下，善于为自己开一个高价，便是最明确的自我展示。

开高价对身价的提升效果是立竿见影的。虽然这样做有很大的风险，很可能导致交易失败，但是相较“廉价销售”自己，开高价还是利大于弊。如果你自降身价，很可能引发别人对你做出如下不利联想：“他是不是没有真才实学呀？”、“他是不是快不行了不走红了吧？”、“他（她）是不是被潜规则了？”……从而也会影响交易的达成。所以，降价“销售”自己，等于是自己搬石头砸自己的脚。因为一旦你以一个较低的价位与一个合作伙伴达成了一项交易，在随后的合作中，你便很难将价码加上去。

在演艺圈，出场费是每一个艺人最看重的事情。它不仅关系到艺人收入的多少，也直接体现着该艺人在圈内的地位和形象。像姜文、张曼玉、巩俐那样的国际大牌明星，宁可不接戏，也绝不会像某些艺人那样为了混个脸熟，为了让别人知道“我还混着呢”，而自降身价，接一些艺性和格调较低的戏。

为了充分体现自己在行业里地位，如何开高价已经成了一门玄妙的艺术。在拍摄电影《满城尽带黄金甲》时，发哥的全权经理人发嫂就为发哥开出了种种好莱坞标准的待遇要求。比如拍摄期间要住在北京国际俱乐部，而且要开7间房，包括休息室、服装化妆间、导演讨论室、餐饮室等；发哥每天出门就开始按时计薪，路上堵车也要算；为了让发哥上洗手间方便，要求剧组专门调来一辆豪华大房车，这辆每天开销近5000元的车在北影棚外一守就是将近40天。事后，制片方指责发哥耍大牌，发哥则义正词严地说：“每个演员在市场上有本身的身价，我去好莱坞拍戏和在亚洲地区拍戏都是用同一份合约。”

22 晕轮效应：擦亮眼睛，切忌“爱屋及乌”

也有的演员因为讲交情，讲义气，不讲条件，被制片方称赞为有艺德，不过在听者的心中，多少会觉得他人气不是很旺，底气不是很足，如果是真正的大牌艺人，怎么会没有一个高的身价线呢。还有的艺人因为种种原因不得不接受了较低的价格，但是仍然会要求对方严格保密，或者要求对方报出一个更高的价格，以避免自己身价受损。比如，某位演员，主演了一部悬疑惊悚类型的电视剧，一集的实际演出费是5万，20集就是100万，但是却要求制片方对外说是150万。

在现实中，每一个求职者、谈判者都面临着为自己开价的问题。要为自己开一个高的价格，首先要有自知之明，要对自己有一个正确的评估评价，知道自己在市场中的大概价位，懂得利用自己的优势。

永乐电器董事长陈晓就是一个善于为自己开高价的人。当永乐处在那样的困境之时，他仍以不惜合作失败的决心，自始至终不肯让步，最终使得国美不得不以52.68亿港元的价格收购永乐。平素谈判所向无敌的国美老板黄光裕，也不得不感慨，声称自己遇到了最厉害的对手。

陈晓认为，这只是一个相对满意的价格，从生意人的角度来说，永远没有满意的价格，陈晓敢于开高价的理由是：永乐的店铺和市场占有率对国美扩展战略有重要价值以及陈晓自己的决心。

在现实中，每一个人时时刻刻都在面临着为自己开高价的问题。在开高价时，要注意以下三点。

1. 要敢于开价

如果对方没有主动提供你想要的条件，那你就要自己提出来。你不敢要，对方可能根本就没有意识到，或者认为你不值钱，反而轻视你，拿你不当回事儿，不珍惜。比如，当年冯仑要就一些地产项目咨询王石，王石就立刻远从深圳主动飞到北京，免费为冯仑提供咨询建议，结果他的意见却不受重视。事后，王石感慨地表示：“因为是免费的，所以不珍惜，以后再咨询，我得先收100万，一个月后才回答。”

2. 价高得要适度

开出什么价格，既要看自己的筹码，又要看对方的接受能力。不能脱离实际漫天要价，那样很可能会达不到成交的目的。最关键的是，你一定要有达不到自己价格宁可放弃的准备。如果承受不住这种风险，就不要开高价。

3. 态度要坚持

在开出高价后，重要的是一定要坚持住的态度。绝不能轻易妥协，做出让步。在商业谈判中，一方做出让步时必须使得对方也做出相应的让步，否则，你将会被迫得退到犄角旮旯里，死无葬身之地。

用两只眼睛看人，切勿以偏概全

企业领导在绩效考核中，如果对被考核者的某一绩效要素的评价较高，就会导致对该人所有的其他绩效要素也评价较高；反之，如果对被考核者的某一绩效要素的评价较差，则会导致他对该人所有的其他绩效要素也评价较差。因此，领导者不应以一种“以偏概全”的心理评估员工绩效，造成“一好百好，一差百差”的晕轮效应。也不能因为一个员工某一次的任务没有完成好，就认为该员工没有能力，不再重用，损失将才。

有一次，一位朋友向林肯推荐了一位才识过人的阁员，但是总统在约见他之后，却不想启用这位人才，他告诉朋友说，这个人不修边幅、邋邋遢遢，他本人很不喜欢这样的人，因此不会用他。

这样一位伟大、英明的总统怎么也会犯以貌取人的错误呢？这也许让人感到奇怪。那位朋友也很气愤于林肯对于面貌的偏见，于是愤怒地责怪林肯以貌取人，说任何人都无法为自己的天生脸孔负责。这时林肯说：“一个人过了四十岁，就应该为自己的面孔负责。”那位阁员固然可能在某一领域做过大量深入的研究、就某些问题有着精辟过人的见解，但是如果他连约见总统的事都不放在心上，不能做到以自己最好的一面展示给总统，那么总统又怎么能够在最短的时间内判断出这个人是可用的、是值得信任的呢？

虽然林肯以貌取人也有其可圈可点之处，我们却不能忽视第一印象的巨大操纵作用，因而必须通过提高自身修养来提升自己的形象，为将来的成功奠定基础，搭好台阶。

一个人外在的形象虽然在一定程度上表示了他的品位、地位等方面，但是光以外貌取人，难免会犯错误。有时候，身份显赫的人为了保持低调而表现的平易

22 晕轮效应：擦亮眼睛，切忌“爱屋及乌”

近人，甚至穿戴平平让你一点都看不出来，如果你一不小心“狗眼看人低”就会得罪人；有时候，一些别有用心的人抓住了人们趋炎附势的心理，装出一副衣冠楚楚的样子，很容易让人上当受骗。有时以貌取人会识错人，如果要想使自己交的朋友不是烂肉，就必须从其他方面着手，而不是光以貌就能决定一个人的为人处世和品质的。一只还是两只眼睛看人，将决定着你是否正确的选择。

汉代杨雄曾说：“行轻则招辜，貌轻则招辱。”“行为举止轻率，就会招致罪过；衣饰相貌不整，就会招致羞辱。”这句话的确非常有道理。古往今来，大家都知道“人不可貌相，海水不可斗量。”的道理。如果你仅凭外表就判定一个人，恐怕就会错失良机 and 人才。

托尔斯泰笔下的安娜·卡列尼娜，在她对卡列宁钟情时，觉得对方的一切都那样美好，甚至连他耳朵上的那颗痣也显得那么协调，不可缺少。但当她对卡列宁生厌时，就觉得对方的一切都那么丑恶，而耳朵上那颗痣则特别刺眼、恶心。这种心理反应，就是我们所说的晕轮效应在作祟。

人不可貌相，海水不可斗量，识人要看内心，不要被别人的外表蒙蔽了眼睛，更不要让“以貌取人”来操纵着我们的判断结果。评价一个人，需要多方面考察，从整体上来下结论。

从整体上看人，就是要从德、识、才、学、体这五个基本方面，也就是按人才所构成的基本要素来评定。五者是相辅相成的一个整体，它们之间互相影响，互相制约，不能只见一点而忽略了其他几点。这就需要用整体性的综合思维方式，把事物经分析之后的各个方面、层次联系起来，形成一个整体去认识，从而得出正确的结论。“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，这句诗告诉人们，识人知人时采取不同的认识角度会产生不同的结果。如果从上往下看，会把人看矮了；如果从下往上看，会把人看高了；如果从近往远看，会把人看小了；至于门缝里看人，会将人看扁了的。

把人的各个方面的表现、情况联系起来，从整体上把握人的本质和主流，不能一叶障目，也不能以偏概全，更不能坐井观天。要看一个人在工作中的表现如何，对待事业、家庭和自身的态度如何，对待社会公益事业的态度如何，在喜怒哀乐时的情绪表现如何，在得志和失意时的表现又如何，又是如何对待金钱、名誉、地位这些东西等，只有在尽可能多了解和了解透彻的前提下，才能形成对一个人

的正确认识。用两只眼睛看人，不要被晕轮效应所操纵。

“晕轮”是把双刃剑

客观上讲，晕轮定律是一把双刃剑，在实际应用中，我们要辩证地对待这顶“光环”。

既然我们知道晕轮定律是一种以偏概全的评价倾向，是个人主观推断泛化和扩张的结果。那么，实际生活中，我们就要注意在评价自己的时候，要实事求是，考虑全面。当别人称赞你的时候，要保持头脑冷静，知道自己的还不足之处；当别人贬低你的时候，也不要自暴自弃，要知道自己还有可取之处，真实客观地看待自己，避免出现以偏概全而导致的错误。

同时，我们可以利用晕轮定律为自己创造有利条件。下面，我们先来看一下麦哲伦如何利用了晕轮定律而成功地获得西班牙国王卡洛尔罗斯的帮助。

在哥伦布航海成功后，为表明自己与投机者或骗子不同，麦哲伦在觐见国王时特地邀请了当时著名的地理学家路易·帕雷伊洛同往。帕雷伊洛将地球仪摆在国王面前，历数了麦哲伦航海的必要性及种种好处。结果，卡洛尔罗斯国王果然被说服了，使麦哲伦成功地得到资助，进行了环绕地球一周的航行。然而，在麦哲伦等人结束航海后，人们发现了他对世界地理的认识及他所计算的经纬度有诸多偏差。

可见，卡洛尔罗斯国王之所以资助麦哲伦，并不是因为麦哲伦本人或帕雷伊洛的劝说内容，只是因为他认为帕雷伊洛作为专家，其建议一定值得信赖。所以，适当地运用晕轮定律，也将有助于我们积极的发展。

此外，在认识或接触其他人和事物的时候，晕轮定律的负面影响会给人的心理带来很大的障碍。

普希金是俄国著名诗人，当他遇到被公认为“莫斯科第一美人”的娜坦丽时，为她的美丽而心动，以至于疯狂地爱上了她。在普希金眼里，一个漂亮的女人也必然有非凡的智慧和高贵的品格。然而，事实并非如此。他们结婚后，普希金每次把自己的诗读给娜坦丽听时，她总是不耐烦地捂着耳朵说：“不听！不听！”

22 晕轮效应：擦亮眼睛，切忌“爱屋及乌”

相反，她却总是要普希金陪她游玩，参加晚会、舞会。普希金为了她抛弃了诗歌创作，弄得债台高筑，甚至还为了她与别人决斗而牺牲了生命。

通过普希金的故事，我们要明白，在现实生活中，千万不能让“一俊遮百丑”蒙蔽了我们的双眼和理智。对一个人或事物，不要急于下判断，不要以偏概全，要做全面的了解，避免“晕轮定律”的偏差。



晕轮定律告诉你：客观地看待每一个人

避免晕轮效应蒙蔽自己的头脑，有如下几点方法。

1. 认清自己

常言说：“知人为聪，知己为明。”从一定意义上讲，一个人的办事水平和处事原则在很大程度上取决于他知人和知己的能力。“知人”，就是知道对方的所想、所行，要根据对方的思维方式判断他的行为，不要根据自己的喜好投射他人。“知己”就是要完全地了解自己，用冷静客观的头脑对待第一印象，从思想和潜意识上做好改造甚至否定第一印象的准备。

2. 不用有色眼镜看人

用一颗平静公平的心看待每一个人，当我们发现自己的“第一印象”与事实严重不符时，就必须迅速改变自己，调整自己的认知方向。

3. 客观地对他人做出评价

歌德说：“人们见到的，正是他们知道的。”人们经常会极端化地推及人和物，进行知觉的评价和对比。从喜爱一个人的某个特征，到喜爱他整个人；从讨厌一个人的说话态度，到讨厌他所做的每一件事，这就是所谓的“爱屋及乌”、“以偏概全”。而要避免这种偏见，就要全面客观地看待他人。

23 互惠定律： 爱别人就是爱自己

【一位心理学教授做过一个实验。他在一群素不相识的人中随机抽样，给挑选出来的人每人寄去了一张圣诞卡。没有想到的是，大部分收到卡片的人，都给他回了一张。而其实他们都不认识他啊！给他回赠卡片的人，根本就没有想到过打听一下这个陌生的教授到底是谁。他们收到卡片后，自动就回赠了一张。这个实验证明了互惠定律的作用：当从别人那里得到好处后，我们总觉得应该回报对方。

给予就会被给予，剥夺就会被剥夺。信任就会被信任，怀疑就会被怀疑。爱就会被爱，恨就会被恨。这就是心理学上的互惠关系定律。互惠定律，既指在人际交往中要懂得知恩图报，尽量以相同的方式报答他人为我们所做的一切，也指双方的互惠共赢。】

深谙互惠，利益共赢

一个小男孩跟别的小朋友打架，他就跑到山边，对山谷喊道：“我恨你，我恨你。”接着由山谷传来回声：“我恨你，我恨你，我恨你。”这个小孩有点吃惊，他跑回屋里对他母亲说，山谷有一个小孩说他恨我。他母亲把他带回山边，并要他喊：“我爱你，我爱你。”这位小孩照他母亲说的做了，而这次他听到山谷的回声说：“我爱你，我爱你。”

生命就像是一种回声。你送出什么就收回什么；你播种什么就收获什么；你给予什么就得到什么。

如果一个人帮了我们一次忙，我们也会帮他一次，或者给他送礼品，或请他吃饭。如果别人记住了我们的生日，并送我们礼品，我们对他也会这么做。这就是互惠定律的表现。

一个人向朋友请教一件事，两人聚会吃饭，那么账单就理所当然应由请教的这个人付，因为他是有求于人的一方。如果他不懂这个道理，反而让对方付，就很不得体。

在不是很熟悉的朋友之间，你求别人办事，如果没有及时地回报，下一次又求人家，就显得不太自然。因为人家会怀疑你是否有回报的意识，是否感激他对你的付出。及时地回报，可以表明自己是知恩图报的人，有利于相互之间的继续交往。

而如果不及时回报，会给你带来一些麻烦。你一直欠着这个情，如果对方突然有一件事反过来求你，而你又觉得不太好办的话，就很难拒绝了。俗话说：“受人一饭，听人使唤。”可以说，为了保持一定的自由，你最好不要欠人情债。

当然，在关系很亲密的朋友之间，就不一定要马上回报，那样可能反而显得生疏。但也不等于不回报，只是时间可能拖得长一些，或到有机会时再回报。

朋友间维护友谊遵循着互惠定律，爱情之间也是如此。其实世上没有绝对无私奉献的爱情，不像歌里和诗里表现的那样。爱情也是讲求互惠互利的，双方需要保持一个利益的平衡。如果平衡被严重打破，就可能导致关系破裂。

投之以桃，报之以李

爱默生说过：人生最美丽的补偿之一，就是人们真诚地帮助别人之后，同时也帮助了自己。帮助别人也就是帮助你自己。你送出什么就收回什么，你播种什么就收获什么。你帮助的愈多，你得到的也就愈多；而你愈吝啬，也就愈可能一无所得。“爱别人就是爱自己”，这句很经典的话，其实已说出了人际关系的“核心秘密”——你付出别人所需要的，他们会相对给予你所需要的。

古语有云：“投我以桃，报之以李。”对于别人的恩惠，我们不能无动于衷，而要以另一种好处来报答他人。

在第一次世界大战中，为了刺探敌情，各国专门设置了一种特种兵，其任务是深入敌后去抓俘虏回来审讯。

当时的战争是堑壕战，大队人马要想穿过两军对垒前沿的无人区是十分困难的，如果一个士兵悄悄爬过去，溜进敌人的战壕，相对来说就比较容易了。参战双方都有这方面的特种兵，经常派去抓敌军的士兵，带回来审讯。

有一个德军特种兵以前曾多次成功地完成这样的任务，这次他又接到任务出发了。他很熟练地穿过两军之间的地带，悄无声息地出现在敌军战壕中。

一个落单的士兵正在吃东西，毫无戒备，一下子就被德国兵缴了械。他手中还举着刚才正在吃的面包。这时，他本能地把一块面包递给对面突袭的敌人。

面前的德国兵忽然被这个举动打动了，他做出了不可思议的行为——他没有俘虏这个敌军士兵，而是将其放了，自己空着手回去，虽然他知道回去后上司会大发雷霆。

这个德国兵为什么这么容易就被一块面包打动呢？其实，人的心理是很微妙的，在得到别人的好处或好意后，就想要回报对方。虽然德国兵从对手那里得到的只是一块面包，或者他根本没有要那块面包，但是他感受到了对方对他的一种善意。即使这善意中包含着一种恳求，但这毕竟是一种善意，是很自然地表达出来的，在一瞬间打动了。他在心里觉得，无论如何不能把一个对自己好的人当俘虏抓回去，更别说要了这个人的命。

其实这个德国兵不知不觉地受到了心理学上互惠定律的左右。得到对方的恩惠就一定要报答的心理，是人类社会中根深蒂固的一个行为准则。

爱心传递，懂得感恩

在人生的旅途中，我们一直在播种，也许我们不经意的一次善意，就会获得意想不到的感激。当然，我们付出的时候并不是为了得到回报，可生活就是这样，有播种就会有收获，对我们来说也许只是绵薄之力，对需要帮助的人来说则可能会是新的人生起点。

在尼泊尔白雪覆盖的山路上，刺骨的寒气伴随着暴风雪，让人很难睁开双眼。有个男子走了很久，好不容易碰到一个旅行家，两个人自然而然地成了旅途上的同伴。半路上他们看到一个老人倒在雪地里，如果置之不理，老人一定会被冻死。“我们带他一起走吧，先生！请你帮帮忙。”男子提议。旅行家听了很生气地说：“这么大的风雪，咱们照顾自己都难，还顾得了谁呀！”说完便独自离去了。

这个男子只好背起老人继续往前走。不知过了多久，他全身被汗水浸湿，这股热气竟然温暖了老人冻僵的身体，老人慢慢恢复了知觉。两人将彼此的体温当成暖炉相互取暖，忘却了寒冷的天气。

“得救了，老爷爷，我们终于到了！”看到远处的村庄，男子高兴地对背上的老人说。当他们来到村口时，发现一群人聚在一起议论纷纷。男子挤进人群中一看，原来是有个男人僵硬地倒卧在雪地上。当他仔细观看尸首时，吓了一跳——冻死在距离村子咫尺之遥的雪地上的男人，竟然就是当初为了自己活命而先行离开的那个旅行家。

行路的男子并不知道帮助老人会为自己赢得生机，他只是出于怜悯之心才背着老人行进的。救人一命，胜造七级浮屠，男子的善心不但救了老人的性命，更让自己成功走出困境，而旅行家则为了他的自私付出了代价。

面对需要帮助的人，千万不要吝惜自己的爱心，善待他人，把你的爱心奉献出来。在你不经意地付出以后，也许会有意想不到的惊喜。

爱你的员工，他就会百倍地爱你的企业

孟子说：“得道者多助，失道者寡助。”得道的过程就是经营人心的过程。因此得道者得人心。得道之人拥有的是无形资源，即使是在最失意的时候，这种人心齐聚的优势，也会帮助他们化险为夷，安渡难关。而失去道义的人得到的帮助就少，甚至连亲戚也会叛离。

“天时不如地利，地利不如人和。”这里的“人和”就是指人心所向。三者之中，“人和”是最重要的，起决定作用的因素。

对于一个组织、一个团队，最大的制胜法宝就是——人心。军队如此，企业更是如此。《孙子·谋攻篇》中讲道：“上下同欲者胜。”即是说，官兵同心，上下齐心协力，就可以夺取战争的胜利。这是孙子提出的分析决定战争胜负的一个最根本的条件。那么，如何使上下同欲呢？孙子在《计篇》中指出：“道者，令民与上同意也，故可以与之死，可以与之生，而不畏危也。”就是说，有道的君王，可以使民众与他的意愿相一致，这样，民众在战争中，就可以为国君出生入死而不怕危险。在这里，孙子提出的“道”是使上下同欲的最根本、最重要的因素。

孙子所讲的“道”又是何意呢？指的是政治。他特别强调“民与上同意”，即指国家实行的得人心、顺民意的政治。用“道”铸造的“组织”，“上”与“下”、“内”与“外”能同心同德，有任何艰难险阻都能克服。

把孙子的“道”用于现代经营管理中，就是把企业的利益、员工的利益、客户的利益、国家的利益形成一个“利益共同体”。如此布“道”，其“道”必久。“道”，是人的“心”。人有了“道”，犹如鱼有了水。正因为如此，世界一流企业的成功之道，其经营者和管理者们无不把经营“人心”放在首位。

情与情能相容，心与心易相通。一个企业想要获得长远的发展，员工的人心向背、消费者的人心向背变得越来越重要。

无论牛根生的个人经历还是蒙牛的创建过程，“人心”都是一个至关重要的砝码。牛根生将经营人心当作一个事业来经营。

牛根生说：“感情的培养和投入是非常必要的，我们非常善意地对待我们周

23 互惠定律：爱别人就是爱自己

围的人，包括我们企业的人，包括社会的人，只要有投入，肯定有产出，种瓜得瓜，种豆得豆。”因此，经营人心包含了几个层面的含义：既要经营员工的心，也要经营经销商、合作商、投资方的心，更要经营消费者的心。

经营人心，首先要用“心”经营员工的“心”。人是最大的生产力，经营企业就是“经营人心”，聚揽人才。蒙牛对员工捧出的是一颗真挚、诚恳、舐犊般的爱心，换来的是员工孺子牛一样的忠诚与敬业之心。牛根生散了钱财，得了人心，聚了人才，收获了高效益与高效能。这是蒙牛高速发展的动力之源。

蒙牛为了赢得客户的青睐，提出了“产品就是人品”的口号，一切从改变自己开始做起。对自己严格要求，从技术、设备到流程控制、奶源维护，再到质量检验，每一个环节都严格把关，不放过任何细节，消除质量死角，保证牛奶的品质，保证客户饮用的安全与健康。用这份精诚之心敲开客户的倾心之门，为蒙牛树立起良好的口碑。

蒙牛还有一颗火热的社会“良心”。“愿每一个中国人身心健康”绝不只是置于口头的呼声，而是融入企业的每一步行动中。抗击非典、捐奶助学、援助申奥、抗震救灾……每一次重大的社会活动都留下了蒙牛的热心与真心，博得了社会大众的信心与放心。

“经营事业就是经营人心”的哲学思想为百年蒙牛的目标打下根基。这是蒙牛高速发展的动力之源。经营人心也是蒙牛的终极目标。



互惠定律告诉你：你怎样对待别人，别人就怎样对待你

互惠定律带给我们的 10 个启示：

1. 你对我友善，我对你也友善。
2. 给予就会被给予，信任就会被信任。
3. 当你真诚地帮助员工的时候，员工才能真正地帮助你。
4. 假如你能够满足别人的需求，别人也愿意满足你的愿望。
5. 世界销售大师金克拉说：“假如你能帮别人梦想成真，你自己一定可以心想事成。”

6. 你送出什么就收回什么；你播种什么就收获什么；你给予什么就得到什么。

7. 你怎样对待人们，取决于你怎样看待他们，这是普遍的真理。

8. 成功的第一步就是要先存一颗感激之心。时时对自己的现状心存感激，同时也要对别人为你所做的一切怀有敬意和感激之情。

9. 你怎样对待别人，别人就会怎样对待你。

10. 帮助别人也是帮助你自己。伸出你的手去援助别人，而不是伸出你的脚去绊倒他们。

24 奥卡姆剃刀定律： 用简单的方法解决复杂的问题

【14世纪逻辑学家、圣方济各会修士奥卡姆的威廉被人称为“驳不倒的博士”。他提出了这样的一个原理：如无必要，勿增实体。其含义是，切勿浪费较多东西去做用较少的东西同样可以做好的事情。凡无用的累赘和废话，应当一律取消。由于威廉出生在英格兰萨里郡的奥卡姆镇，这一似乎偏激独断的思维方式，后来被人们称为奥卡姆剃刀定律。

奥卡姆剃刀定律的出发点就是不做任何多余的事。在人们做过的事情中，可能大部分都是无意义的，而常隐藏在繁杂事物中的一小部分才是有意义的。所以，复杂的事情往往可通过最简单的途径来解决，做事要找到关键。简言之，把烦琐累赘一刀砍掉，让事情保持简单！】

化繁为简是一种大智慧

近几年，随着人们认识水平的不断提高，“精兵简政”、“精简机构”、“删繁就简”等一系列追求简单化的观念在整个社会不断深入和普及。根据奥卡姆剃刀定律，这正是一种大智慧的体现。

如今，科技日新月异，社会分工越来越精细，管理组织越来越完善化、体系化和制度化，随之而来的，还有不容忽视的机械化和官僚化。于是，文山会海和繁文缛节便不断滋生。可是，国内外的竞争都在日趋激烈，无论是企业还是个人，快与慢已经决定其生死。如同在竞技场上赛跑，穿着水泥做的靴子却想跑赢比赛，肯定是不可能的。因此，我们别无选择，只有脱掉水泥靴子，比别人更快、更有效率，领先一步，才能生存。换言之，就是凡事要简单化。

很多人会问：“简单能为我们带来什么呢？”看了下面的例子，我们自然就会明白。

博恩·崔西是美国著名的激励和营销大师，他曾与一家大型公司合作过。该公司设定了一个目标：在推出新产品的第一年里实现 100 万件的销售量。该公司最优秀的营销精英们开了 8 个小时的群策会后，得出了几十种实现 100 万件销售量的不同方案。每一种方案的复杂程度都不同。这时，博恩·崔西建议他们在这个问题上应用奥卡姆剃刀原理。

他说：“为什么你们只想着通过这么多不同的渠道，向这么多不同的客户销售数目不等的新产品，却不选择通过一次交易向一家大公司或买主销售 100 万件新产品呢？”

当时整个房间内鸦雀无声，有些人看着博恩·崔西的表情就像在看一个疯子。然后有一名管理人员开口说话了：“我知道一家公司，这种产品可以成为他们送给客户的非常好的礼物或奖励，而他们有几百万客户。”

最后，根据这一想法，他们得到了一笔 100 万件产品的订单。他们的目标实现了。

可见，不论你正面临什么问题或困难，都应当思考这样一个问题：“什么是

24 奥卡姆剃刀定律：用简单的方法解决复杂的问题

解决这个问题或实现这个目标的最简单、最直接的方法？”你可能会发现一个简便的方法，为你实现同一目标节约大量的时间和金钱。记住苏格拉底的话：“任何问题最可能的解决办法是步骤最少的办法。”正如奥卡姆剃刀定律所阐释的，我们不需要人为地把事情复杂化，要保持事情的简单性，这样我们才能更快更有效率地将事情处理好。

与此相关的，还有一个非常有趣的故事：

日本最大的化妆品公司收到客户抱怨，买来的肥皂盒里面是空的。于是他们为了预防生产线再次发生这样的事情，工程师想尽办法发明了一台X光监视器去透视每一台出货的肥皂盒。同样的问题也发生在另一家小公司，他们的解决方法是买一台强力工业用电扇去吹每个肥皂盒，被吹走的便是没放肥皂的空盒。

面对同样的问题，两家公司采用的是两种截然不同的办法。无论从经济成本方面，还是资源消耗角度，相信第二种方案的优势都是不言而喻的。

所以，在现实生活中，当遇到问题时，我们要勇敢地拿起“奥卡姆剃刀”，把复杂事情简单化，以选择最智慧的解决方案。

简单就是高效

一次，爱迪生让助手帮助自己测量一下一个梨形灯泡的容积。事情看上去很简单，但由于灯泡不是规范的圆形，而是梨形，因此计算起来就不那么容易了。

助手接过后，立即开始了工作，他一会儿拿标尺测量，一会儿计算，又运用一些复杂的数学公式。可几个小时过去了，他忙得满头大汗，还是没有计算出来。就在助手又搬出大学里学过的几何知识，准备再一次计算灯泡的容积时，爱迪生进来了。他看到助手面前的一沓稿纸和工具书，立即明白了是怎么回事。于是，爱迪生拿起灯泡，朝里面倒满水，递给助手说：“你去把灯泡里的水倒入量杯，就会得出我们所需的答案。”

助手这才恍然大悟：简单就是高效！

这个故事给人们一个重要启示：学会把问题简单化，才是一种大智慧。

有人曾经请教马克·吐温：“演说词是长篇大论好呢？还是短小精悍好？”

他没有正面回答，只讲了一件亲身感受的事：“有个礼拜天，我到教堂去，适逢一位传教士在那里用令人动容的语言讲述非洲传教士的苦难生活。当他讲了5分钟后，我马上决定对这件有意义的事捐助50元；他接着讲了10分钟，此时我就决定将捐款减到25元；最后，当他讲了一个小时后，拿起钵子向听众请求捐款时，我已经厌烦之极，一分钱也没有捐。”

在上面马克·吐温的例子中，我们发现，他通过自身的经历，向求教者说明：短小精悍的语言，其效果事半功倍，而冗长空泛的语言，不仅于事无益，反而有碍。

事实上，不仅语言如此，现实生活亦同样如此。这就要求我们要学会简化，剔除不必要的生活内容。这种简化的过程，就如同冬天给植物剪枝，把繁盛的枝叶剪去，植物才能更好地生长。每个园丁都知道不进行这样的修剪，来年花园里的植物就不能枝繁叶茂。每个心理学家都知道如果生活匆忙凌乱，为毫无裨益的工作所累，一个人很难充分认识自我。

为了发现你的天性，亦需要简化生活，这样才能有时间考虑什么对你才是重要的。否则，就会损害你的部分天资——而且极有可能是最重要的一部分。

那么，我们如何来实现这种简化呢？很简单，就是重新审视你所做的一切事情和所拥有的一切东西，然后运用奥卡姆剃刀，舍弃不必要的生活内容。

相传，有位科学家带着自己的一个研究成果请教爱因斯坦。爱因斯坦随意地看了一眼最后的结论方程式，就说：“这个结果不对，你的计算有问题。”科学家很不高兴：“你过程都不看，怎么就说结果不对？”爱因斯坦笑了：“如果是对的，那一定是简单的，是美的，因为自然界的本来面目就是这样的。你这个结果太复杂了，肯定是哪里出了问题。”

这个科学家将信将疑地检查自己的推导，果然如爱因斯坦所言，结果不对。

也许你认为奥卡姆剃刀只放在天才的身边，其实它无处不在，只是有待人们把它拿起。

越复杂越容易拼凑，越简单就越难设计。在服装界有“简洁女王”之称的简·桑德说：“加上一个扣子或设计一套粉色的裙子是简单的，因为这一目了然。但是，对简约主义来说，品质需要从内部来体现。”她认为，简单不仅仅是剔除多余的、花哨的部分，避免喧嚣的色彩和繁复的花纹，更重要的是体现清纯、质朴、毫不造作。这也是奥卡姆剃刀的一种运用智慧。

给人生做减法，让心灵不负重

有个人觉得生活很沉重，便去见哲人，寻求解脱之法。

哲人给他一个篓子背在肩上，指着一条沙砾路说：“你每走一步就捡一块石头扔进去，看看有什么感觉。”

过了一会儿，那人走到了头，哲人问有什么感觉。那人明白了生活越来越沉重的道理。当我们来到世界上时，我们每个人都背着一个空篓子，然而我们每走一步都要从这世界上捡一样东西放进去，所以才有了越走越累的感觉。

于是那人问：“有什么办法可以减轻这沉重吗？”

哲人问他：“那么你愿意把工作、爱情、家庭、友谊哪一样拿出来呢？”

那人不语。

哲人说：“当你感到沉重时，也许应该庆幸自己不是总统，因为他背的篓子比你的大多了，也沉重多了。”

人生路坎坷的时日居多，升学、工作、晋级、成家哪一个环节都不可能一帆风顺，大部分时间都在负重而行，领导同事的误会、工作上的摩擦、生活上的不如意都是令人难过的源泉，这时候就得有负重而行的心理承受力。如果不够宽容，不够豁达，不会变通，最终会把自己逼入死角。

人生这么短，何必要让自己在名利中折腾呢？攀比只会产生烦恼。开奔驰的固然威风潇洒；并肩漫步又另有一番幸福甜蜜。怎样才是一个完整的家？不是豪华洋房，昂贵花苑；而是两个人共同建筑、共同守护的“城堡”！我们这座城堡，牵着手才能找到，幸福是因为互相依靠。“城堡”的大小不在于它的实际面积，而在于两人心里的感觉。感情这个地基打得越牢固，日久你就会越感到它的“宏伟”。

刘墉先生对人生的解释是：“面对人生的起起落落，人生的恩恩怨怨，却能冷冷静静一一化解，有一天终于顿悟，这就是人生。”

生活中，常常听有人抱怨到活得太辛苦，压力太大，其实这往往是因为我们还没有衡量清楚自己的能力、兴趣、经验之前，便给自己在人生各个路段设下了

过高的目标，这个目标不是根据个人实际情况制定的，而是和他人比较制定的，所以每天为了完成目标，不得不背着责任的包袱去生活，不得不忍受辛苦和疲惫的折磨。

人首先要为自己负责任。有的人不看实际情况，要求自己必须考上名牌大学，必须学热门专业，认为这是自己的责任，只有这样才算完美人生。许多大学毕业生不愿去基层，不愿去艰苦地区，就是因为他们人生的背篓中背负有太多的责任。这种以私利为出发点的个人抱负，已褪变为一个包袱压在身上，让人喘不过气来。可有人却乐此不疲。

人们常说：“什么事都归咎于他人是不好的行为。”但真的是这样的吗？许多人动不动就把错误归咎于自己，其实这也是不正确的观念。比如说有的人因孩子学习不好而整天苦恼，因孩子没考上大学而内疚。只要自己尽力去为孩子做该做的一切了，因为其他原因而落榜，怎么能把责任归到自己身上呢？再者，塞翁失马又安知非福呢？指不定孩子能在其他方面有成就呢。

了解自己，就不必勉强自己，不必掩饰自己，也不会因背负太重的责任包袱而扭曲自己。如此，就能少一些精神束缚，多几分心灵的舒展，就少一点自责，多几分人生的快乐。

有的人对自己和社会格格不入的个性感到相当烦恼，可是后来把它想成：这种个性是与生俱来的，是上天所赐予的，并非自己努力不够。这样一想，也就不再责备自己，不再烦恼了。

歌德曾经说过：“责任就是对自己要求去做的事情有一种爱。”只有认清了在这个世界上要做的事情，认真去做自己喜爱的事，我们就会获得一种内在的平静和充实。知道自己的责任之所在，并背负了适合自己的责任包袱，我们就能体会到人生旅途的快乐。

管得少才能管得好

对于一个企业的领导者来说，什么叫管理？管理就是把复杂的事情简单化，简单问题流程化，制度标准化。

24 奥卡姆剃刀定律：用简单的方法解决复杂的问题

有些事你得多花费一些时间，有些事你稍微处理就行，有些事你根本就不用操心。简单就是力量，花一定的时间化繁为简可以节省更多的时间。

如果你有两个原理，它们都能解释观测到的事实，那么你应该使用简单的那个，直到发现更多的证据。如果你有两个类似的解决方案，选择最简单的、需要最少假设的解释是最有可能正确的。

这就是奥卡姆剃刀定律的精髓所在。我们运用奥卡姆剃刀定律可以有助于提高办事效率。

一些领导之所以成天忙忙碌碌却又干不到点子上，其原因就是抓权太多。这些领导一方面抱怨事情干不过来，另一方面又事无巨细，什么事都要亲自管。当下级把矛盾上交时，他便亲自去处理那些本应由下级处理的问题，陷在事务圈子里不能自拔。这种包揽各种权力于一身、唱“独角戏”的做法，与现代领导的工作方式毫无共同之处。

天津市有个著名的企业改革家就提出“分权而治，分级管理”，他平时只抓9个人，即4位副厂长、2位顾问，加上计划经营、质量管理2位科长和1位办公室主任。这些人再把权力一层一层地分下去，工作起来效率很高。过去一上班，办公室里就挤满了人；晚上又找到家里请示工作，商量问题。现在厂长办公室清静了，厂长可以把大部分的精力用在筹划长远规划和抓改革上，只用少量的精力处理日常事务。晚上家里有了看书学习和休息的时间，可以不断汲取新知识，获得旺盛的精力。

分工授权又可称为分层领导、分级领导。是指按照一定的规范和程序，将领导纵向分为若干层次，分级排列，下级向其上级逐级负责，其管辖范围随级别下降而缩小，形成上下对应的领导与被领导的从属关系，一级抓一级，一级管一级，使组织成为朝着共同目标前进的统一整体。

能否实现有效的领导，其要素之一就要看他会不会实现层次分级领导。不进行统分结合的领导，是不可能取得成功的领导的。过细的领导，只能使其被一些琐事包围，一叶障目而不见泰山，成了小事清楚，大事糊涂。

三国时代蜀相诸葛亮，虽然是一代名相，但由于忽视层次领导，事必躬亲，结果积劳成疾，英年早逝，给人留下“出师未捷身先死，长使英雄泪满襟”之憾。据史书记载，他在军中事无巨细，都要亲自过问，甚至连粮草消耗这种小事都要

亲自操劳。显然，他那种鞠躬尽瘁死而后已的精神是值得后人弘扬的，但他那事无巨细、事必躬亲、越俎代庖的工作方法并不足取。

现在有些领导人，头脑中也缺乏这种分工授权的观念，在工作中分工不授权，反而大包大揽，弄得单位里形成了“领导忙得团团转，下属悠闲没事干”的反常局面。领导怨天尤人，埋怨下属没有积极性，不能替自己排忧解难。岂不知，之所以造成这种局面，就是由于领导者不懂得分工授权而一手造成的。

正确的领导方式应当是在统一领导的大方向下，实现有效的分工授权，做到小事糊涂，大事不糊涂。

具体地讲，授权有以下几个好处：

1. 能够减少领导的工作负担，使之从琐碎繁杂的事务中解放出来，腾出较多的时间和精力去考虑重要的、战略性的、全局性的问题，更有效地进行决策和指挥。
2. 能够增强下级的荣誉感和责任心，发挥他们的工作热情，调动他们的积极性，提高其工作效率。
3. 有利于在工作实践中培养和锻炼干部，增长干部的才干。
4. 能够发挥下级的专长，弥补自己的不足。领导应当尽可能地把自己不擅长的工作，授权给在这方面擅长的人去干，以提高领导工作的质量。
5. 可以改善上下级之间的关系，使下级从等级服从、层层听命的消极被动状态，改变为合作共事、互相支持的积极主动状态。

管理者在用人时，要做到既然给了下属职务，就应该同时给予与其职务相称的权力，不能大搞“扶上马，不撒缰”，处处干预，只给职位不给权力。管理者用人只给职不给权，事无巨细都由自己定调、拍板，实际上是对下属的不尊重、不信任。这样不仅使下属失去独立负责的责任心，还会严重挫伤他们的积极性，难以使其尽职尽责，到头来工作搞不好的责任还得由管理者来承担。

所以，放手让你的下属去施展才华吧，只有当他确实违背了工作的主旨时，你再出手干预，将他引上正轨。只有将下属的积极性全部调动起来，你的事业才能迅速地获得成功。



奥卡姆剃刀定律告诉你：简单化也有禁忌

运用奥卡姆剃刀定律时，需要注意以下 2 点。

1. 奥卡姆剃刀不是乱砍一气，而是在对事物的规律有深刻的认识和把握之后的去粗取精，去伪存真

正如一个雕刻家，能把一块不规则的石头变成栩栩如生的人物雕像，因为他胸中有丘壑。如果你抓不住重点，找不到要害，不知道什么最能体现内在品质，运用剃刀的结果只能是将不该删除的删除了。

2. 合理地使用奥卡姆剃刀，不能盲目删减

例如，IBM 在电脑产品营销中具有得天独厚的优势，如其前 CEO 郭士纳所指，他们具有非常优势的集成能力。然而，其广告宣传语却将这一点删掉了，留下推广小型电脑的“小行星问题的解决方法”。结果，IBM 自然未能凭这则广告获得区别于其他电脑的地位。可见，没有什么比删掉自己的优势更可悲了。所以，在我们使用奥卡姆剃刀时，要将其用在恰当的位置上，而不是盲目乱删。

25 霍布森法则： 懂得选择，学会放弃

【1631年，英国剑桥商人霍布森从事马匹生意，他说，你们买我的马、租我的马，随你的便，价格都便宜。霍布森的马圈大大的、马匹多多的，然而马圈只有一个小门，高头大马出不去，能出来的都是瘦马、赖马、小马，来买马的左挑右选，不是瘦的，就是赖的。霍布森只允许人们在马圈的出口处选。大家挑来挑去，自以为完成了满意的选择，最后的结果可想而知——只是一个低级的决策结果，其实质是小选择、假选择、形式主义的选择。人们自以为作了选择，而实际上思维和选择的空间是很小的。有了这种思维的自我僵化，当然不会有创新，所以它是一个陷阱。后来，管理学家西蒙把这种没有选择余地的所谓“选择”讥讽为“霍布森选择法则”。】

人生处处是选择

每个人都有选择的自由，你选择了什么样的人生道路，决定了你享有什么样的人生。有的人可以永远做自己生活的主人，有的却永远地成了自己生活的奴隶。希望、绝望，可爱、可恨，积极、消极，自信、自卑……这所有的一切都统统归结于你自己的选择。

成功也是可以选择的，关键在于你是否有一个明确而切实的目标。

尤尔加在底特律生活了一段时间以后搬到了新奥尔良。他在底特律时只是一个铅管匠，努力了好多年，也没有发展起自己的事业，原因是缺乏资金。刚搬到新奥尔良的时候，他带着老婆、三个孩子和120元钱，那是他全部的家当和资产。搬来后的第一天，他找了八家铅管公司，可是没有人愿意雇佣他，那些人只是告诉他人手已经够了。

无奈，第二天他跳上了一辆公共汽车，走过了一条长长的、繁忙的大街。那条街上有几家快餐店，他记下了窗口上张贴征聘店员广告的店名。走到路尽头时，他跳上了另一辆返回家的车，一路上去了四家快餐店，可是都没有找到工作。最后，总算第五家的经理对他有点兴趣。他向那个经理保证，他工作勤奋，而且做人诚实。那个经理告诉他，薪水相当低。但他告诉经理待遇不成问题，他会为顾客提供一流的服务。

他的工作一直做得都很努力，结果在六个星期之内他成了那家快餐店的营业部经理。在那期间，他结识了不少顾客，根据他们的要求，他改善了服务质量，提高了工作效率。九个月后，这家快餐店的老板把他叫到了办公室。原来这个老板除了经营餐饮业之外，还有别的投资项目，尤其是在房地产方面也搞得不错。这个老板看他的能力很强，也很敬业，就想派他去一座有90户的大厦当助理经理。

他当时就愣住了，然后告诉这个老板，他只当过铅管匠，对管理大厦一无所知。但老板笑着对他说：“我查过你在快餐店的记录，利润增加了83%。管理大厦与管理快餐店的道理是一样的——乐于助人、推行计划和委派。我想你一定能让大厦保持客满，准时收到房租，而且保养良好。”

结果他接受了那个工作——工资是他在快餐店时的三倍，还有一间漂亮的公寓。两年后，他已经升为了高级经理，不久以后，他就有足够的钱来开创他自己的事业——创办一家大规模的铅管企业。

尤尔加选择了一份很少人愿意去做的工作，但他最终却成就了自己的事业。

所以，人的一生从哪里开始并不重要，重要的是你知道自己是要到哪里去。即使你选择了最不起眼的工作，如果你能让自己的目标明确起来，那你就能在平凡的岗位上为不平凡的事业做出充分的准备，就能为自己的事业打下坚实的基础，实现自己的梦想，成为一个成功的人。

另辟蹊径，柳暗花明

在印度的热带丛林里，流传着一种奇特的捕猴法。这里的人们在捉猴子时，会先拿出一个小木盒，在木盒里装上猴子爱吃的坚果，然后把盒子固定起来。再在盒子上开一个刚好够猴子的前爪伸进去的小口，这样猴子一旦抓住坚果，爪子就抽不出来了。用这种方法，常常能捉到猴子。这全因为猴子的一种习性：不肯放下已到手的東西。在这时，人们总是嘲笑猴子的愚蠢——为什么不松开爪子放下坚果逃命呢？在现实生活中，又有多少像这些猴子一样的人在犯着同样的错误。

懂得放弃，是放弃错误，收获光明。不要像这猴子一样，为了一点蝇头小利而丢了性命。也不要不撞南墙不回头，发现此路不通，就赶快另取他路。人生有很多个选择，竞争场也有很多个机会，不要以为放掉了一个就失去了所有，有时候只有放弃了才能获得。

瑞士军事理论家菲米尼有句名言：“一次良好的撤退，应与一次伟大的胜利一样受到奖赏。”该放弃的时候，要勇于放弃。放弃需要有更多的勇气与智慧。

在生活中，当我们努力争取的东西与目标无关，或者目前拥有的东西已成为负累，或者劣势大于优势，那么还不如放弃。当你放弃了不该在你身上的东西，你可能会突然发现，你已经拥有了你曾争取过而又未得到的东西。就像电影《卧虎藏龙》里那句经典台词说的一样：“当你紧握双手，里面什么也没有；当你打开双手，世界就在你手中。”你越是死命想抓住的东西，就越是得不到；相反，

如果你学会了放弃，你会发现幸福就在身边。

人的时间和精力都是有限的，不可能把你想要的东西都得到，你只能挑最想要的来奋斗。想要拥有一切的人，往往最终什么也得不到。在未学会放弃之前，你将很难懂得什么是争取。如果不懂得放弃，就无法做出决策。

以个人或企业的发展为例，我们不可能在竞争中做到万无一失，只能放弃一些不利于发展或者对个人、企业帮助较小的东西，来谋取更大的收获。过去的成就，不代表将来的辉煌，决策者要懂得放弃光环。

大多数人都很难拒绝过去那些效果很好的技术和战略对我们的诱惑，也很难看到采用新战略和新技术的必要性。不伸开拳头，就很难抓到更多更新的东西，所以不要固守过去，也不要坚持错误。懂得放弃，才能开创更美好的天地。

长期居于世界手表行业销售榜首位的日本钟表企业精工舍，之所以会有这样的成就，就是因为该企业的第三任总经理服部正次的放弃战略。作为钟表企业，都会把瑞士这个钟表王国作为对手，来努力提高自己的质量。服部正次也不例外，在他上任初期，他一直把企业的发展方向定为质量赶超瑞士。可结果却很不理想，十多年的努力几乎是白费力气。就是在这时，服部正次清楚地认识到与瑞士比质量是行不通了，于是他迅速地带领精工舍另走新路——不再在机械表上比质量，而是研发出比机械表更好的新产品。有这个思路后，服部正次就带领自己的科研人员刻苦钻研，终于在几年后，开发出了比机械表走时更准确的石英电子表。产品一推出，就大获全胜，甚至赢得世界手表销售的首位。

这就是懂得放弃的回报。那条路被堵死了，没必要非得把它闯开，走另一条路也能看到柳暗花明，说不定景色更加秀丽。在竞争中，我们一定不要犯固执己见的错误，也不要贪得无厌，只有懂得适时地放弃，才是成功的保证。

从多项选择中明确想要的结果

很多人的成功或失败，并不取决于他知不知道做事的方法，虽然方法很重要，但真正决定成败的往往是他的选择。

成功是一种选择，你选择了奋斗和坚持就是选择了成功，而不做这个选择便

是选择失败，所以失败也是一种选择。

人生不过是一连串选择的过程，从你早上起来要穿哪一套衣服出门开始，你就在选择；中午要去哪里吃饭，你又在选择。女子有众多的追求者，在考虑结婚的时候，到底是哪一位男士比较适合自己，这需要选择；男士找对象时也需要从女子中选择。选择有大有小，但每日、每月所有的选择的累积影响了你人生的结果。

一个选择对了，又一个选择对了，不断地做出对的选择，到最后便产生了成功的结果；一个选择错了，又一个选择错了，不断地做出错的选择，到最后便产生了失败的结果。

有的人希望工作更顺利、更快乐，但他总是在做他不喜欢的工作，这是他的错误选择，因为他明明可以换工作；有的人希望身体更健康、更强壮，但他总是说他没有时间运动，导致身体虚弱，这是他的选择，因为他明明可以抽出时间来运动；有的人希望家庭更幸福、小孩更听话，但他总是跟太太吵架，导致小孩学业跟不上，这是他的错误选择，因为他明明可以在控制情绪中花时间教育小孩；有的人希望人际关系更好，但他总是说他朋友少，这也是他的选择，因为他可以让自己多交一些朋友，但他不去交；有的人希望赚更多的钱，但他总是抱怨收入不够多，他明明可以更努力地去赚更多的钱，但他却不努力，这是他的错误选择。

美国小伙子杰克看中了韩国姑娘金善姬，便一直追着不放。最后，金善姬辞掉了工作，跟杰克结了婚，回美国定居了。

“我放弃了那么好的工作，远离父母跟随你到美国来，这可是我为你做出的牺牲呀。”金善姬说。她以为这样说能把杰克感动，没想到杰克这么回答她：“我不认为这是什么牺牲，在我看来这只是你的一种选择。”

金善姬后来才认识到，美国人在人际交往中，只会尊重你的选择，而不会承认你的牺牲。这就意味着：你做出的所有决定，都必须符合你自己的心愿，符合自己的心愿才能成为自己的选择。这样与人打交道，才会拥有真正的平等，同时也才能赢得他人的尊重。杰克是一位通晓六国语言的医生，在美国很容易赚钱的，他工作一小时就有80美元的收入。但是金善姬却跟国内的朋友说：“我必须工作，必须学会自己赚钱。如果没有经济上的独立，就不可能做出真正符合心愿的选择，也就不可能赢得他长久的尊重。”最后，金善姬做出了自己的选择，重新回到了工作岗位。

你是否曾经埋怨过别人？但事实上你可能错怪了别人，是你的决定使你面临今天的结果——也许你自己作决定，也许你决定由别人为你作决定。

有些人作正确的选择与决定，有些人作错误的选择与决定，但大多数人都不知道他们有权选择，或是轻易将选择权拱手让人，而且大部分的人也不喜欢别人为他们作的决定。千万不要成为这样的人。

有一种爱叫作放手

许多人应该都会有小时候捕蝶的记忆，抓住蝴蝶的我们是快乐的，可是想过蝴蝶的痛呢？你会说，你喜欢它，得不到它，你会很难受。蝴蝶呢？你顾及过它的想法吗？

曾经流行一首歌——《有一种爱叫做放手》，歌里唱道：“如果你对天空向往，渴望一双翅膀，放手让你飞翔……浪漫如果变成了牵绊，我愿为你选择回到孤单……有一种爱叫作放手，为爱放弃天长地久……让真爱带我走……”没错，正所谓“君子爱花不采花”，真的爱不是占有不是伤害，而是尊重对方的意愿和选择。

从前有一个国王非常喜欢金丝雀，他的王宫里挂满了养金丝雀的笼子。可无论他如何精心照顾这些金丝雀，它们还是一只接着一只地死去了。他很伤心，不知道怎么办好。

他聪明的宰相听说了这件事后，就进宫去面见国王。当宰相来到王宫，正好听到一个奴仆在给国王出主意：“我亲爱的陛下，您是这么高贵，像天上的太阳一样伟大，却愿意亲自照顾这些卑微的鸟儿，而它们却不知感恩，一只一只地弃您而去。它们实在是太可恨了，您应该下令把王宫里所有的金丝雀都处死，而且全国的国民只要见到金丝雀就要把它射杀。您不应该为这些叛徒的离开而伤心，而应该把它们当作敌人来消灭。”

国王听了奴仆的话，觉得有道理，越想越生气，“这些该死的鸟儿就应该被杀光。”宰相听到这些，觉得不妙，赶紧来到国王面前。他问国王：“我亲爱的陛下，请问您爱这些鸟儿吗？”

国王听后点点头，说：“当然爱了，不爱怎么会对它们那么好。”接着国王

又摇摇头说，“那些可恶的鸟儿，我现在只恨它们背叛我。”

宰相看着国王，语重心长地说：“我亲爱的陛下，鸟儿没有背叛您，它只是向往自由，鸟儿天生就是要飞翔的。您把它们关在笼子里，它们失去了自由和飞翔的权力，无论您给它们再多的美食，再多悉心的照料，它们也不会快乐。最后，只有抑郁而死了。别说鸟儿，就是人，把他整天关在笼子，对他再好，他也是不会快乐的。不信，您可以把这个忠心的奴仆关进笼子里试试，看他会不会背叛您。”说着，宰相指着刚才给国王出主意的奴仆。

奴仆听了宰相的话，吓得浑身发抖，跪在地上不停地磕头求饶，“陛下，求您不要把我关在笼子里，不要把我关在笼子里。”

宰相看看那奴仆的滑稽样，笑着对国王说：“陛下，您看，没人愿意被关在笼子里。您如果真的喜欢金丝雀，就应该让它们快乐地飞翔在我们国家广阔的天地间，让全国百姓都不能伤害它、捕捉它。这才是真的爱。”

国王听了，觉得宰相的话更有道理，于是便下令放了王宫里所有的金丝雀，还下令全国百姓不得任意射杀、捕捉金丝雀。

久而久之，这个王国的金丝雀越来越多，国王在国家的任何地方都能看到金丝雀，非常高兴，于是便将国家也改名为“金丝雀王国”。

有选择就要有放弃

《艺文类聚》中描述了这样一个故事：

齐国有个女儿，有两家男子同时来求婚。东家的男子长得丑但是很有钱，西家的男子长得俊美但是很穷。

父母犹豫不决，便征询女儿的意见，要她自己决定愿意嫁给谁：“要是难以启齿，不便明说，就袒露一只胳膊，让我们知道你的意思。”

女儿便袒露出两只胳膊。父母感到奇怪就问其原因。女儿说：“想在东家吃饭，在西家住宿。”

这个故事中的选择在现实中是不可能成立的。鱼和熊掌不能兼得时，选择吃鱼，那么就不能吃熊掌，这就是选择的机会成本。

25 霍布森法则：懂得选择，学会放弃

与之类似，在阳光明媚的午后，你好容易处理完公司的财务报告，喝杯下午茶休息一下时，来点甜点怎么样，豆沙糕还是巧克力薄饼？

“豆沙糕还是巧克力薄饼”类似于“鱼与熊掌”，这种选择实际上也是一种机会成本的考虑。如果你喜欢吃豆沙糕，但你也喜欢吃巧克力薄饼，在两者之间选择，接受豆沙糕的机会成本是放弃巧克力薄饼。吃豆沙糕的收益是5，那么吃巧克力薄饼的收益是10。这样，吃豆沙糕的经济利润是负的，所以选择吃巧克力薄饼，而放弃豆沙糕。

值得注意的是，有些机会成本是可以用来衡量的。比如，要在某块土地上发展养殖业，在建立养兔场还是养鸡场之间进行选择，由于二者只能选择其一，如果选择养兔就不能养鸡，那么养兔的机会成本就是放弃养鸡的收益。在这种情况下，人们可以根据对市场的预期大体计算出机会成本的数额，从而做出选择。有些机会成本是无法用货币来衡量的，它们涉及人们的情感、观念等。

机会成本广泛存在于生活当中。一个有着多种兴趣的人在上大学时，会面临选择专业的难题；辛苦了五天，到了双休日，是出去郊游还是在家看电视剧；面对同一时间的面试机会，选择了一家单位就不能去另一家单位……对于个人而言，机会成本往往是我们做出一项决策时所放弃的东西，而且常常比我们预想中的还多。

人生面临的选择何其多，人们无时无刻不在进行选择。比如是继续工作还是先去吃饭；是在这家商店买衣服还是在那家商店买衣服；是买红色的衣服还是黄色的衣服；心中有个秘密是告诉朋友还是不告诉朋友，如果告诉又告诉哪些朋友……这些选择在生活中很常见，不过似乎并不重大，所以大家轻松地做出了选择，也不会慎重考虑。

机会成本越高，选择越困难，因为在心底，我们不愿放弃任何有益的选择。但是，我们有时必须“二选一”，甚至是“三选一”，在这时机会成本的考量将显得尤为重要了。



霍布森法则告诉你：注重选择的有效性

霍布森选择效应对我们的启示在于：

1. 对于个人来说，如果陷入“霍布森选择效应”的困境，就不可能发挥自己的创造性。
2. 任何好与坏、优与劣，都是在对比选择中产生的，只有拟定出一定数量和质量方案对比选择、判断才有可能做到合理。
3. 一个人选择了什么样的环境，就选择了什么样的生活，想要改变就必须有更大的选择空间。
4. 管理者用这个别无选择的标准来约束和衡量别人，必将扼杀多样化的思维，从而也扼杀了别人的创造力。

26 鲑鱼效应： 让自己保持适度的紧张

【挪威人喜欢吃沙丁鱼，尤其是活鱼。但是从深海捕捞的沙丁鱼，总是还没到达岸边就已经口吐白沫，渔民们想了无数的办法，想让沙丁鱼活着上岸，但都失败了。然而，有一条渔船总能带着活鱼上岸，他们带来的活鱼自然比死鱼的价格贵出好几倍。这是为什么呢？这条船又有什么秘密呢？原来，他们在沙丁鱼槽里放进了鲑鱼。鲑鱼是沙丁鱼的天敌，当鱼槽里同时放有沙丁鱼和鲑鱼时，鲑鱼出于天性会不断地追逐沙丁鱼。在鲑鱼的追逐下，沙丁鱼拼命游动，激发了其内部的活力，从而活了下来。这就是“鲑鱼效应”的由来。

鲑鱼效应的道理非常简单，指人们通过引入外界的竞争者来激活内部的活力。】

合理引入鲇鱼型人才

拿破仑曾经说过这样一句话：“狮子率领的兔子军远比兔子率领的狮子军作战能力强。”这句话一方面说明了主帅的重要性，另一方面还说明这样一个道理：智慧和能力相同或相近的人不能扎堆儿。能人扎堆儿对企业发展不利。

三个能力高强的企业家合资创办了一家高新技术企业，并且分别担任董事长、总经理和常务副总经理的职位。一般人认为这家公司的业务一定会欣欣向荣，但结果却令人大失所望，这家企业非但没有赢利，反而是连年亏损。原因是不能协调，三个人都善决断，谁都想说了算，又都说了不算，最后啥事也没干成，管理层内耗导致企业严重亏损。这家公司隶属于某企业集团，总部发现这一情况后，马上召开紧急会议，研究对策，最后决定敦请这家公司的总经理退股，改到别家公司投资，同时也取消了他总经理的职位。有人猜测这家亏损的公司再经这一番撤资打击之后，一定会垮掉，没想到在留下的董事长和常务副总经理的齐心努力下，竟然发挥了公司最大的生产力，在短期内使生产和销售总额达到原来的两倍，不但把几年来的亏损弥补过来，并且连连创造出相当高的利润。而那位改投资别家企业的总经理，自担任董事长后，充分发挥自己的实力，表现出卓越的经营才能，也缔造了不俗的业绩。

这个案例说明三个都是一流的经营人才，可是搭配在一起却惨遭失败，而把其中一个人调开，分成两部分，反而获得成功，关键在人事协调上。每一个人都 有他的智慧、思想和个性，如果意见不一或个性不投缘，往往容易产生对立和冲突，这样一来，力量就会被分散或抵消。一加一等于二，是尽人皆知的算术问题，可在用人上就不同了。配置得当，一加一可能等于三，等于四，甚至等于五；配置不当，人员失和，一加一可能等于零，也可能是个负数。

一个单位或一个部门的管理人员，最好不要都配备精明强干的人。盲目引进会造成“鲇鱼”未到，“沙丁鱼”开溜。企业决定是否引进“鲇鱼”时，一定要看看有没有实际需要，如果盲目引进，就可能使一些有抱负的“沙丁鱼”由于看不到希望而另谋高就。

反鲑鱼效应：有压力不一定有动力

压力与业绩之间存在着一种倒U型关系，适度的压力水平能够使业绩达到顶峰状态，过小或过大的压力都会使工作效率降低。

心理学家叶克斯与杜德逊经实验研究，解释了心理压力、工作难度与作业成绩三者之间的关系。他们认为人们因动机而产生的心理压力，对人们的工作表现有促动功能，不过压力所产生的促动功能的大小，还因工作难度与压力高低而异。通常来说，在简单易为的工作情境中，当人们承受较大的工作压力时，将会实现较佳的成绩。这是因为简单工作多属重复性的活动，人们长时间从事这种活动便会形成自动化的连锁功能，在完成工作时，一般不需太多的认知思考，便可充分胜任。因此，如果存在心理压力的话，不但不会影响自动化功能的进步，反而有可能提升自动化的速度。但是对于那些复杂困难的工作，便是另一回事了——由于人们在从事复杂、需要较多智力付出的活动时，心理活动易于受到复杂困难情绪的扰乱，如果承受了较大的压力，思考稍有疏忽，就难免会忙中出错，引致一些不良后果。

由此可以得出如下结论：

- (1) 各种活动都存在一个最佳的动机水平。
- (2) 动机的最佳水平随任务性质的不同而不同。
- (3) 在难度较大的任务中，较低的动机水平有利于任务的完成。

很显然，一般而言，那些可以灵活调整自己动机强度的人，更易于取得较好的工作业绩。



鲑鱼效应告诉你：在压力和动力间求取平衡

鲑鱼效应带给我们的几点启示：

1. 如果没有压力，就不会有动力。压力并不可怕，关键是你如何去应对和化解。
2. 一只空木桶，很容易被风打翻；如果装满水，负重了，风就会吹不倒。

3. 当船上负重的时候，是最安全的时候，空船时，才是最危险的时候。

4. 一个人饭后散步时可以背起手来，闲情漫步；如果让他挑上百斤重担，便会立刻小跑起来。这是压力产生了动力。

5. 把压力变成动力，压力就是蜜糖；把压力憋在心里，压力就是砒霜。

6. 事情的本身并无绝对的压力可言，压力产生的真正原因是一个人对问题的态度。

7. 只要你能够放开胸怀去面对，压力不但能化解于无形，更能成为成就你的动力。

27

刺猬法则： 神秘的心理距离

【生物学家曾做了一个实验：冬季的一天，把十几只刺猬放到户外空地。这些刺猬被冻得浑身发抖，为了取暖紧紧地靠在一起，而相互靠拢后，它们身上的长刺又把同伴刺疼，很快就分开了。寒冷又迫使大家再次围拢，疼痛又迫使大家再次分离。如此反复多次，它们终于找到了一个较佳的位置——保持一个忍受最轻微疼痛又能最大程度取暖御寒的距离。

刺猬法则是指人际交往中的“心理距离效应”，人与人之间，需要保持适当的距离，只有这样，才能最大限度地感受彼此的美好。】

每个人都需要一个“自我空间”

我们先来做一个小小的选择题：

你要坐公交车出去玩，上车后你发现只有最后一排还有五个座位，走在你前面的两个人，一个选了正中间的座位，一个选了最右侧靠窗子的座位。剩下三个座位中，一个在前两个人之间，两个在中间人与最左侧的窗户之间。这时，你会坐在哪里呢？

想必，你多半会选择最左侧窗户的座位，而不是紧挨着两个人中的任何一位坐下。不要好奇，这是因为人与人之间，也像前面讲的刺猬那样，彼此需要一定的距离。

这种距离，有时是环绕在人体四周的一个抽象范围，用眼睛没法看清它的界限，但它确实确实存在，而且不容他人侵犯。

例如，无论在拥挤的车厢里，还是电梯内，你都会在意他人与自己的距离。当别人过于接近你时，你可以通过调整自己的位置来逃避这种接近的不快感；但是挤满了人无法改变时，你只好以对其他乘客漠不关心的态度来忍受心中的不快，所以看上去神态木然。

还有，法国前总统戴高乐在其十多年的总统岁月里，对新上任的办公厅主任总是这样说：“我使用你两年，正如人们不能以参谋部的工作作为自己的职业，你也不能以办公厅主任作为自己的职业。”所以，他的秘书处、办公厅和私人参谋部等顾问和智囊机构，没有任何人的工作年限能达到两年以上。用戴高乐自己的解释就是：第一，由于受军队流动性做法的影响，他觉得调动很正常，固定才是不正常。第二，他不想让这些成为自己“离不开的人”，唯有通过调动，才能够使相互之间保持一定的距离，以确保顾问与参谋的思维、决断具有新鲜感及充满朝气，并能杜绝顾问与参谋们利用总统与政府的名义来徇私舞弊。

关于这方面，一位心理学家曾做过这样一个实验：

在一个刚刚开门的阅览室，当里面只有一位读者时，心理学家进去拿了把椅

子，坐在那位读者的旁边。实验进行了整整 80 人次。结果证明，在一个只有两位读者的空旷的阅览室里，没有一个被试者能够忍受一个陌生人紧挨自己坐下。当他坐在那些读者身边后，被试者不知道这是在做实验，很多人选择默默地远离到别处坐下，甚至还有人干脆明确表示：“你想干什么？”

这个实验向我们证明了，任何一个人，都需要在自己的周围有一个自己把握的自我空间，如果这个自我空间被人触犯，就会感到不舒服、不安全，甚至恼怒起来。

所以，我们在现实生活中，我们在人际交往中，一定要把握适当的交往距离，就像前面互相取暖的刺猬那样，既互相关心，又有各自独立的空间。

社交距离多少合适视关系而定

既然距离在人际交往中如此重要，那么究竟保持多远的距离才合适呢？一般而言，交往双方的人际关系以及所处情境决定着相互间自我空间的范围。

美国人类学家爱德华·霍尔博士划分了四种区域或距离，各种距离都与双方的关系相称。

1. 亲密距离

所谓“亲密距离”，即我们常说的“亲密无间”，是人际交往中的最小间隔，其近范围在 6 英寸（约 15 厘米）之内，彼此间可能肌肤相触、耳鬓厮磨，以至相互间能感受到对方的体温、气味和气息；其远范围是 6~18 英寸（15~44 厘米），身体上的接触可能表现为挽臂执手，或促膝谈心，仍体现出亲密友好的人际关系。

这种亲密距离属于私下情境，只限于在情感联系上高度密切的人之间使用。在社交场合，大庭广众之下，两个人（尤其是异性）如此贴近，就不太雅观。在同性别的人之间，往往只限于贴心朋友，彼此十分熟识而随和，可以不拘小节，无话不谈；在异性之间，只限于夫妻和恋人之间。因此，在人际交往中，一个不属于这个亲密距离圈子内的人随意闯入这一空间，不管他的用心如何，都是不礼貌的，会引起对方的反感，也会自讨没趣。

2. 个人距离

这是人际间隔上稍有分寸感的距离，较少有直接的身体接触。个人距离的近范围为 1.5~2.5 英尺（46~76 厘米），正好能相互亲切握手，友好交谈。这是与熟人交往的空间。陌生人进入这个距离会构成对别人的侵犯。个人距离的远范围是 2.5~4 英尺（76~122 厘米），任何朋友和熟人都可以自由地进入这个空间。不过，在通常情况下，较为融洽的熟人之间交往时保持的距离更靠近远范围的近距离（2.5 英尺）一端，而陌生人之间谈话则更靠近远范围的远距离（4 英尺）端。

人际交往中，亲密距离与个人距离通常都是在非正式社交情境中使用，在正式社交场合则使用社交距离。

3. 社交距离

这个距离已超出了亲密或熟人的的人际关系，而是体现出一种社交性或礼节上的较正式关系。其近范围为 4~7 英尺（1.2~2.1 米），一般在工作环境和社交聚会上，人们都保持这种程度的距离。社交距离的远范围为 7~12 英尺（2.1~3.7 米），表现为一种更加正式的交往关系。

例如，公司的经理们常用一个大而宽阔的办公桌，并将来访者的座位放在离桌子一段距离的地方，这就是为了与来访者谈话时能保持一定的距离。还有，企业或国家领导人之间的谈判、工作招聘时的面谈、教授和大学生的论文答辩等，往往都要隔一张桌子或保持一定距离，这样就增加了一种庄重的气氛。

4. 公众距离

通常，这个距离指公开演说时演说者与听众所保持的距离。其近范围为 12~25 英尺（约 3.7~7.6 米），远范围在 25 英尺之外。这是一个几乎能容纳一切人的“门户开放”的空间，人们完全可以对处于空间的其他人“视而不见”、不予交往，因为相互之间未必发生一定联系。因此，这个空间的交往，大多是当众演讲之类，当演讲者试图与一个特定的听众谈话时，他必须走下讲台，使两个人的距离缩短为个人距离或社交距离，才能够实现有效沟通。

了解了交往中人们所需的自我空间及适当的交往距离，我们就能够有意识地选择与人交往的最佳距离；而且，通过空间距离的信息，还可以很好地了解一个人的实际社会地位、性格以及人们之间的相互关系，更好地进行人际交往。

女人远观才美，男人近看才识

女人是水做的，“可远观而不可亵玩焉”，远远地看着，像画一样；每天对着，就缺乏了新鲜感。这就是距离的力量，有距离才能产生美。俗话说：“看景不如听景。”从来没有真正近距离的接触，只是远远地听别人描述那优美的景色，你的想象会比那描述更美上十倍。一旦你去了，真正近距离地触摸了那听到的美景，你会发现根本不是你想的那样，与你以前看过的风景比起来也没有特别之处。其实，不是那些地方不美，是你想象的景色过于美，美到并非人间所有，理想与现实的落差，让你失望了。美女也是一样，从来没有近距离地接触过，只敢远远地看着，她在你心中会越来越美。当有一天，她成为你的朋友或女友，你天天那么近地看着她，你会发现她与别的女人也没有多大差别，长得也不是那么的漂亮。所以，老人们常说“长得好看的人越看越一般”，说的就是这个道理。

如果说女人是水，远观清澈脱俗，近尝平淡无味的话；那么，男人就是土，远看肮脏粗俗，近剖内涵丰富。男人是要近看的，不要深入与他接触，你永远也看不到他真正的思想光辉。不要轻信那些男人的花言巧语和夸夸其谈，要真正地与其进入内心交流，才能看出他是否真的有内涵。

十全十美的白马王子在现实生活是不存在的，但真正的好男人这个世界上并不少，少的只是发现。什么才算是好男人，千人千面万人万解，但无论是什么样的男人，都只有真正地接触后才能识其真面目。思想是一个男人最强的隐蔽力量，是做人的智慧与谋略。男人有思想，才能积极主动地创造成功的机会，寻找生活中的快乐，从而打造丰富多彩的人生。女人要看懂一个男人，就不得不深入到他的思想，不然就无法见识他的全部魅力。

男人不是因为他生来是一个男性，就称得上一个男人了。一个男人有时候只有在一个女人的身边，才可能完整地展示出属于男人的阳刚。有些男人善于卖弄，华而不实，如果你仅被他的外在表现所迷惑，那就离危险不远了。男人可以不漂亮，但不能没有思想，没有品质，没有责任心。

女人要远看，是从美学角度来说的；男人要近看，是从现实角度来考虑的。人总是会把自己最美好的一面呈现在大家面前，但有些男人不懂得表现，他们总

是把自己最美的思想藏得很深，这就需要独具慧眼的女性去挖掘宝藏了。

善于卖弄的男人最初或许会令女人着迷，但是他们无法给予女人持久的爱情。以为激情就是爱情的女人会自食恶果，因为有些男人只愿“采花尝新”，他们畏惧真正稳固亲密的关系，所以女人不能不防。打女人的男人不能原谅，吃软饭的不能原谅，赌棍嫖友不能原谅，无孝心无德行的不能原谅，品质恶劣的不能原谅，言而无信的不能原谅，因为这样的男人没有责任感。

距离适当，感情才能幸福美满

有距离，才有美感。很多婚姻的触礁，原因就在于妻子和丈夫走得太近。恋爱中出现问题，很多也因为双方整天粘在一起。太近的距离，让双方的缺点暴露无遗，少了那种朦胧的美感。

而且，男人爱女人，很多是因为女人的美貌，但过日子不是只靠脸就行的。有的女人不明白这个道理，她们以为只要能守住美貌就能抓住丈夫的心。岁月无情，容貌易逝。单从外表上比拼，最终还是要被年轻女人击倒。只有美丽的内在，才能真正长久地抓住一个人的心。女人如书，容貌是书的封面，气质是书的内容。仅有漂亮的外貌却缺乏内涵气质的女人，这样的书尽管封面装帧很漂亮，但并不具有可“读”性；相反，既有美的外貌又有美的气质的女人才是既可观赏又耐品读的珍品书。所以，把你用来美容打扮的时间，分一半用来装饰内在，岂不是更好？这样无论远看近看，你都是美丽的女人。

当然，这是针对女人自身修养来说的。对于男人如何看女人这一问题，男士们还是要与妻子保持一定的距离，不要让双方离得太近，也不要对妻子的缺点过于苛刻，她本来就不是“天外飞仙”，你不能用你以前幻想的那个完美形象来要求自己的妻子，这样不公平。给双方一点空间，懂得欣赏妻子的优点，这样才会让生活更融洽。

对于男人来说，好男人是不能用统一标准来划分的。同样的特性放在这个男人身上是优点，放在那个男人身上可能就是缺点了。也许是人之优我之劣，也许是人之劣我之优。世事的不确定与变化，使人们的性格千奇百怪，世界也变得多

姿多彩。也许一个男人会因为少了聪慧多变而成就了他的敦厚质朴；也许一个男人会因为心地善良而仕途失意；更也许一个男人会因为一时的莽撞而一夜暴富。

男人如书，从外观上讲，书有厚薄之分、有装帧堂皇与简约之别，男人也有魁梧与矮小、俊朗与委琐之别；从内容上说，书分高雅和平庸、厚重与浅薄，男人更有内涵深厚与空有一副外表之分。男人如书，有的可以终生为伴，相濡以沫；有的只能默默祝祷，遥遥相望；有的则唯愿此生不与之谋面。读书是需要时间的，好书多读才能懂。

男女双方都要学会欣赏与被欣赏，要懂得保持最适当的距离来欣赏和被欣赏。俗话说，金无足赤，人无完人。完美只是相对的，唯有缺憾才是绝对的。欣赏他人的时候，要懂得找到最佳的距离来欣赏；被欣赏时，我们要尽量保持在最佳距离给人欣赏，该远则远该近则近。

《圣经》中上帝对男人和女人说：你们要共进早餐，但不要在同一碗中分享；你们要共享欢乐，但不要在同一杯中啜饮；像一把琴上的两根弦，你们是分开的也是分不开的；像一座神殿的两根柱子，你们是独立的也是不能独立的。

这段话形象地说明了婚姻关系中两个人的韧性关系，拉得开，但又扯不断。谁也不能过度束缚对方，也不能彼此互不关心，有爱，但是都在适度的范围之内，这才是和谐的婚姻。可是很多人似乎并不能体会到婚姻的真谛，在他们眼里，对方身上有很多缺点，他们常常试图通过各种途径让对方改掉坏习惯。可是习惯的产生是日积月累的作用，在自己身上已经存在了几十或者十几年，当然不会轻易改掉。于是夫妻之间的矛盾就产生了。

夫妻之间产生争执的主要原因，是他们把婚姻当成一把雕刻刀，时时刻刻都想用这把刀按照自己的要求去雕塑对方。为了达到这个理想，在婚姻生活中，当然就希望甚至迫使对方摒除以往的习惯和言行，以符合自己心中的理想形象。有谁愿意被雕塑成一个失去自我的人呢？于是，“个性不合”、“志向不同”就成了雕刻刀下的“成品”，离婚就成了唯一的出路。

要知道，婚姻，不是一个人的付出，只有两个人同心协力，才能维护好一个温暖的家。可是并不是所有的人都能注意到对方的付出，甚至有的人会把对方的付出看作是想当然的。如果对方稍微有什么地方做得不好，就加以指责，这样的做法无疑会伤害了对方的心，会让他觉得一切的努力都付之东流了。

爱一个人，就应该让他感觉到幸福，而不是要给他原本疲惫的心灵增加新的创伤。所以，在夫妻生活中，一定要相互扶持，相互欣赏，相互鼓励。虽然因为个性的不同，两个人没有办法完全融为一体，但是一定要让对方感受到你的存在，让他体会到你对他的欣赏和爱护。在他犯错的时候，给予善意的提醒，而非指责，有时候一个善意的眼神也会让对方觉得很温暖；在他犯傻的时候，给予适当的爱抚，告诉他“你真可爱”，一句看似不经意的话语，却可以激起爱的涟漪，让对方感受到你的体贴。

疏者密之，密者疏之

刺猬法则运用到管理实践中，就是领导者如要搞好工作，应该与下属保持亲密关系，但这是“亲密有间”的关系，是一种不远不近的恰当合作关系。

与下属保持心理距离，可以避免下属的防备和紧张，可以减少下属对自己的恭维、奉承、送礼、行贿等行为，但也要防止与下属称兄道弟、吃喝不分。这样做既可以获得下属的尊重，又能保证在工作中不丧失原则。一个优秀的领导者和管理者，要做到“疏者密之，密者疏之”，这才是成功之道。

没有距离感就难以树立权威。法国的戴高乐曾说：“伟大的人物必然会与别人产生距离，因为没有威信就不能树立权威，没有与世俗的距离就不能产生威信。”上司为顺利开展工作而注重同下属保持亲密关系固然重要，但一定要避免与下属私交过密。因为这种人与人之间的感情往往束缚人的心灵，从而使你对下属难以采取公事公办的态度。

希尔顿为自己的旅馆王国立下过一条原则：最低的收费和最佳的服务。他要求饭店的所有职员一定要做到和气为贵，顾客至上。不管谁违反了这一规定，都要受到严厉的惩罚。

在平时的工作中，希尔顿总是和蔼可亲，他爱与员工们谈天，关心他们的生活，热心帮助他们解决困难，所以员工们与他的关系都很融洽。和希尔顿聊天，就像是和一位长辈谈心，不用拘束，也不用担忧，因为他是把每个人都当作酒店的主人来对待的。

但是在原则问题上，他是绝不含糊的。在工余时间，他从不邀请管理人员到家做客，也从不接受他们的邀请。

一次，饭店一位经理与顾客发生了争执，居然还大吵了起来。希尔顿知道这件事后，立刻辞退了这位经理。虽然这位经理业务能力很强，为饭店做出过不小的贡献，但希尔顿并没有姑息他，而是严格地执行了规章。希尔顿这种说一不二的性格，使得许多员工都认为他是一个特别严肃的人，所以都很尊重他。希尔顿的威望与日俱增。

正是这种保持适度距离的管理，使得希尔顿的企业始终站在时代前沿。因此，领导和员工保持一定的距离，更能提高其威望，工作才能更好地开展。

刺猬效应告诉我们领导要与下属保持适当的距离，不能过于亲密，否则容易丧失领导权威，失去工作原则，但是如何做到与下属之间的适当距离呢？

1. 通过细心观察了解下属性格

对于性格比较开朗的，领导与下属之间的距离不能太近，应该有一定的距离；对于性格比较内向的，领导应该多接近下属，让他敢于、勇于说出自己的心里话，让他意识到自己在团队中的作用，目的是给他建立自信，更好地激励他的工作热情。

2. 在工作期间一定要分清领导与下属的关系

在下班以后可以视为朋友、哥们，但工作期间要注意场合，把握好分寸。

3. 当员工碰到难题时候，应该提供必要的关怀和帮助

管理者可以帮员工一起解决问题，所以这个时候可以走得相对近一点。



刺猬法则告诉你：增强亲密感的 15 个秘籍

增强与他人的亲密距离的 15 个技巧：

1. 与人初次相见时，坐在他的旁边

与人肩并肩谈话，在精神上绝对比面对面谈话要来得轻松。因此与人初次相见，坐在他的旁边往往较容易进入状态。这一点同样适用与异性约会的时候。

2. 不时地制造与对方身体接触的机会，借以缩短彼此间的心理距离

事实上，每个人都拥有一个无形的“自我保护圈”。通常除非是非常亲密的人，否则不容易侵入这个范围。但反过来说，若对方已经侵入了这个圈内，则往往就会产生对方是自己亲密者的错觉。

3. 面带微笑地谈话有助于拉近彼此间的距离

大家一起笑，很快地就能消除彼此间的紧张感，并且可以在很短的时间内建立亲密感。

4. 若与对方有共同点，就算再细微的也要强调

人与人之间一旦有了共同点，就可以很快地消除彼此间的陌生感，产生亲近的感觉。这样不但可以使对方感到轻松，同时也具有使对方说出真心话的作用。在人际交往中，对于交际对象，找一些共同点强调一下，在拉近彼此距离方面会收到相当不错的效果。

5. 对于那些与自己关系密切的人，把他们的名字写在电话记事簿的首页，会让对方欣喜万分

对于那些与自己关系密切的人，把他们的名字写在电话记事簿的首页，会让对方欣喜万分。

表示对别人重视的方法很多，其中记住对方曾经说过的话，然后向对方表示“您曾说过……”，是相当好的一种方法。另外，记住对方的兴趣、嗜好或计划等，再找个机会赞美他一番，也是一种获得对方喜欢的好方法。

6. 指出对方的服装或饰物上的小变化，可使对方感觉我们很重视他（她）

每个人都希望被人关心，并且对于关心他的人，会很自然地产生好感。若想让对方对自己产生好感，最好的方法就是积极地表现出你真正地在关心对方。因此，我们对于对方的服装或随身饰物等，要随时注意，稍有变化就赞美他几句，这样往往可以让对方感到愉快！

上述方法对女性尤其重要，因为女性往往比男性更重视自己的容貌与装饰。对方一旦觉得你在关心他（她），就会自然地对你产生亲切感。

7. 若想让对方觉得我们关心他，就应该夸赞他的各种潜力

夸赞对方的各种潜力，就是很好的方法。例如，与其说“你的发型很好”，不如说“若再剪短一点会更可爱！”这样说，对方就会觉得你真正地关心他，自然会对你留下好印象。

8. 常用“我们”这两个字来拉近彼此间的距离

有位心理专家曾经做过一项有趣的实验。他让同一个人分别扮演专制型、放任型与民主型三种不同角色的领导者，而后调查其他人对这三类领导者的观感。结果发现，采用民主型方式的领导者，他们的团结意识最为强烈。而研究结果又指出，这些人当中使用“我们”这个名词的次数也最多。

9. 会话中多叫几次对方的名字可增强彼此间的亲近感

欧美人士在谈话中，常会不断地称呼对方的名字，往往会使刚刚才认识的人产生彼此已经认识了很久的错觉。因此会话中多叫几次对方的名字，可以拉近彼此间的心理距离。

10. 记住对方“特别的日子”（如结婚纪念日、生日等），并在那一天表示自己的祝福，可以给对方留下好印象

技术高明的推销员，就会善用这项人们常会忽略的事，来达到加强对方对自己的好感的目的。例如，他们会在对方的生日，打个电话祝他生日快乐，或者当对方的结婚纪念日快来时，寄一张贺卡。虽然这只是一些不起眼的行为，但在虏获人心方面却非常有效。

11. 见面时间长不如见面次数多

人际关系的培养，主要是要让对方觉得自己亲切而留下好印象。而逐次给对方留下的好印象，将比集中一次让对方留下的好印象更不易被淡忘。

通常有人认为，偶尔陪人通宵达旦饮酒或聊天等，可以很快拉近彼此间的距离，而让人留下很深刻的印象，但这样造成的好印象，若不继续加强，很快地就会消失。

12. “投其所好”，可以更让对方喜欢自己

例如，对方的兴趣是钓鱼，他就会收集有关钓鱼这方面的资料，并于下次见面时与他大谈钓鱼之道。当对方一听到他对钓鱼如此了解，便会产生“同好”而感觉倍加亲切。

13. 想缩短与异性间的距离，应该直呼其名而不要连名带姓地叫

男女之间刚开始交往时，通常都是连名带姓地叫，等到关系比较亲密后，就直呼其名了！

14. 意欲缩短与心理紧张者的心理距离，可以采取一些稍微粗鲁的举动

如果对方处于紧张的状态，我们不能消除对方的紧张感，就无法与对方建立亲密的关系。因此意欲缩短与紧张者间的心理距离，不如采取些粗鲁点的举动，这样有助于心理紧张者放松下来。

15. 穿着与对方风格类似的服装，有助于较快获得对方的认可

物以类聚，穿着打扮类似的人，往往容易聚在一起。这种现象在心理学上称为“同步化”。因为人类可以借着与周围的人共同的行动，获得安全感。事实上，穿着类似的服装，并不是女性的专利，男性在公司穿着与同事类似的服装，也具有缩短彼此间距离的作用。

28 酸葡萄甜柠檬定律： 快乐的精神胜利法

【《伊索寓言》中有这样一个家喻户晓的故事：一只饥饿的狐狸路过果林时，发现了架子上挂着一串串簇生的葡萄，垂涎三尺，可自己怎么也摘不到。就在很失望的时候，狐狸突然笑道：“那些葡萄没有长熟，还是酸溜溜的。”于是高高兴兴地走了。事实上，葡萄还是没吃到，狐狸仍是饿着肚子，但一句自我安慰，却让他走出了沮丧，变得快乐起来。

酸葡萄甜柠檬定律，指当自己的行为不符合社会价值标准或未达到所追求的目标时，人们便有一种自我安慰的心理机制，即认为得不到的都是不好的，得到的是好的。】

适度的阿 Q 精神可以增加幸福感

读过鲁迅的著作的人，对于酸葡萄甜柠檬现象，很容易联想到鲁迅笔下的阿 Q。众所周知，阿 Q 有一种独特的精神胜利法，即所谓的“阿 Q 精神”。例如，阿 Q 挨了假洋鬼子的揍，无奈之余，就说“儿子打老子，不必计较”，来自我安慰一番，也就心平气和了。

虽然阿 Q 的自欺欺人心理，过去一直成为人们的笑谈，遭到否定、批判。然而，不少心理学家认为，适度的精神胜利法在心理健康方面是非常有价值的。如果我们懂得合理运用阿 Q 精神，往往会让自己增加不少幸福感。

生活中，我们每个人都会遇到这样那样不愉快的事，而且很多事情是我们无法左右或改变的。也许你要问，既然如此，我们又该怎么办呢？难道就要为此一味痛苦、哀伤吗？事实上，在这时候，我们不妨使用一下阿 Q 精神，安慰一下自己，对于心理调节可能非常有效。

有一次，美国前总统罗斯福家中被盗，他的朋友写信来安慰他。他在回信中说：“谢谢你来信安慰我，我现在很平安。感谢上帝，因为贼偷去的是我的东西，而没有伤害我的生命；贼只偷去我部分东西，而不是全部；最值得庆幸的是：做贼的是他，而不是我。”

可见，像罗斯福那样，遭遇不幸时，换一个角度看，心情显然就不一样了。曾有人说过：“我因为没有一双像样的鞋穿而苦恼不堪，直到我在街上看到一个人——她没有了双脚。”没错，当“没鞋”的时候，如果想到“没有脚”的人，我们的痛苦和烦恼就显得微不足道了。

不过，无论酸葡萄还是甜柠檬，在某种程度上讲都是一种消极的心理防御方式，就像是一副止痛药，虽能暂时缓解心里的痛苦，但往往会有一些副作用。例如，“酸葡萄”的人说别人不好，很容易影响人际关系，给他人一个“小人”的形象；而“甜柠檬”则容易让人安于现状，不思进取。

那么，如何才能把握好自我安慰的度，做无副作用的自我安慰呢？

一方面，当遇到挫折或不幸而万分苦恼时，我们应当冷静地分析问题的起因，

不要完全陷入“自我”的状态，试着从“旁观者”的角度，客观地寻求解决问题的方法，正所谓“旁观者清”。

另一方面，如果与他人发生冲突或分歧没法解决，觉得一时间想不出什么解决方法。这时，千万不要放弃，不到最后一刻，不要提前为自己贴上“不行”的标签。我们可以采取“位置调换法”，即从对方的角度出发来考虑问题，经过协商、权衡，最终与对方达成谅解。

可见，聪明的幸福者，既要会运用阿Q精神，又要懂得适度运用。

快乐地把你的本职工作做好

作家莱斯利·A·耶基斯认为，我们每天都能在报纸的头版头条上看到“快乐”二字，“快乐”二字天天都会出现在报纸、杂志还有相关的广告里；每天可以听到人们有关“快乐”的议论，每天可以从广播节目、电视节目以及流行歌曲中听到这同一话题；这些所见所闻说明了人们对“快乐”的重视，更说明了人们对“快乐”的渴求。如果说我们非常渴望“快乐”的话，反过来讲，这正意味着我们在工作中还非常缺少“快乐”的养料。

长久以来，人们也习惯性地认为，工作是重要而严肃的，或是单调而乏味的，或是紧张而沉重的，甚至认为工作和娱乐、工作和乐趣、工作和快乐往往是相互对立的。其实，不论是做一名小职员，还是身为一位主管，只要快乐地把本职工作做好，对自己的工作保持激情与兴趣，就能从工作中得到更多的快乐和收获。

1901年当安德卡耐基创办的钢铁公司被美国钢铁公司收购时，美国钢铁公司必须履行的合约之一，就是付给卡耐基钢铁公司首席执行官施瓦布先生年薪100万美元。这个要求令美国钢铁公司的老板摩根先生十分为难，因为那个时代大公司的老板年薪一般在10万美元左右，100万美元简直是个天文数字。

于是摩根先生召见了施瓦布，含糊其词地征求他的意见，如何处理好这件事。施瓦布对摩根说：这好办！当场撕坏了那份合约。其实摩根先生并不知道，在这之前卡耐基钢铁公司支付给施瓦布先生的年薪是130万美元。事后施瓦布在接受记者时说：“我不在意他们给我多少钱。我工作的目的是为了得到快乐和满足。”

事实也确实如他所说，施瓦布从宾夕法尼亚州一个卑微的山村马夫，到美国最著名的企业家之一。施瓦布成功的秘诀之一就是：他从不把薪水视为重要的因素，他只关心新职务是否适合他的发展，是否给他带来更多的快乐和满足。

当一个人快乐地工作，并从中得到满足感时，至于收入多也罢、少也好，只是暂时的。因为他相信只要干好工作，凭自己的能力收入迟早会多起来的。

如果你为工作中的种种差事而情绪低落，或者感到对日复一日的工作丧失了激情，那么，反思一下，是否是因为你忽视了工作带给你的快乐因素和资本，是否是因为你从事工作的时候就已经带着厌烦和不满的态度了。

大致说来，在职场中有两种人。一种人，无论他干什么，永远感觉不合心意，总是不满、抱怨；另外一种人，无论他干什么，永远充满激情，充满快乐和愉悦。第一种人永远无法成为优秀的人，他们不愿承担任何责任，稍有压力便满腹牢骚；而第二种人是注定要成功的，他们永远充满热情，乐于承担责任，他们是最受老板和客户欢迎的那类人。在他们身上，看不到丝毫的抱怨和不耐烦的痕迹，相反，他们是具有高度责任感和创造力的人。

你想做哪种人呢？当然是想做优秀的人、业绩突出的人！那就快乐地先把本职工作做好吧。所谓“快乐地工作”，就是不把金钱当作工作的主要目的，因为一旦这样，就会患得患失，影响自己的心情。当一个人心情不快乐时，工作就无精打采，感到闷闷不乐，感到委屈，甚至牢骚满腹，这样也就干不好工作，薪水当然也就很难提高。相反，快乐地工作，没有思想负担，工作有热情，有创新，取得了成绩，随之自己的收入也就会提高。

知足常乐是一种处世态度

老子在《道德经》中说：“祸莫大于不知足。”意思是说一个人最大的坏处就在于他的不知足，奉劝人们学会知足。孟子说：“养心莫善于寡欲；其为人也寡欲，虽有不存焉者，寡矣；其为人也多欲，虽有存焉者，寡矣。”说的也是知足常乐的道理。一个人，活在世上，首先要学会知足，一个不知足的人，永远和快乐无缘。

所谓“人心不足蛇吞象”，人的欲望就如同宇宙中的黑洞一般，是无法去填

满的。如果任其膨胀，必将后患无穷。世间最珍贵的不是“得不到”和“已失去”，而是现在能把握的幸福。

知足常乐是一种看待事物发展的心情，不是安于现状的骄傲自满的追求态度。《大学》曰：“止于至善。”是说人应该懂得如何努力而达到最理想的境地，懂得自己处于什么位置是最好的。知足常乐，知前乐后，也是透析自我、定位自我、放松自我。这样，才不至于好高骛远，迷失方向，碌碌无为，心有余而力不足，而弄得心力交瘁。

知足是一种处事态度，常乐是一种释然的情怀。知足常乐，贵在调节。可以从纷纭世事中解放出来，独享个人妙趣融融的空间，对内发现自己内心的快乐因素，对外发现人间真爱与秀美自然，把烦恼与压力抛在九霄云外，感染自身及周围的人群，促进人际关系的逐步亲近平和，进一步拥抱浅景淡色与花鸟虫鱼。知足常乐，对事，坦然面对，欣然接受；对情，琴瑟和鸣，相濡以沫；对物，能透过下里巴人的作品，品出阳春白雪的高雅。做到知足常乐，良好心态就会和待人处事并驾齐驱，充满和谐、平静、适意、真诚。这是一种人生底色，当我们都在忙于追求、拼搏而找不着北的时候，知足常乐，这种在平凡中渲染的人生底色所孕育的宁静与温馨对于风雨兼程的我们是一个避风的港口。休憩整理后，毅然前行，来源于自身平和的不竭动力。

古人的“布衣桑饭，可乐终身”是一种知足常乐的典范。“宁静致远，淡泊明志”中蕴涵着诸葛亮知足常乐的清高雅洁；“采菊东篱下，悠然见南山”中尽显陶渊明知足常乐的悠然；沈复所言“老天待我至为厚矣”表达着知足常乐的真情实感。更多的时候，知足常乐是融合在平平淡淡才是真的意境中。知足常乐，是一种人性的本真。在孩童时代，我们会为得到自己梦想拥有的东西而喜上眉梢，笑逐颜开，烙下一串串深刻的记忆，今日重温，也许会忍俊不禁，无论行至何方，所处何位，知足常乐永远都是情真意切的延续。



酸葡萄甜柠檬定律告诉你：受益一生的十大快乐法则

美国“快乐心理学”学者为世界各地的人进行抽样调查，研究金钱、心态、文化、

健康、利他、生活习惯等项目与快乐的关系，总结出 10 项“快乐法则”。

1. 珍惜平常，珍惜每时每刻，活在当下。
2. 不要跟别人比，否则就是跟自己过不去。
3. 越是把金钱的位置放得高的人越难快乐，这几乎是古今所有文化中的定律。
庄子《逍遥游》说得好：“鹪鹩巢于深林，不过一枝；鼯鼠饮河，不过满腹”；
物质欲望可以大到无限，但一个人真能享受的物质也不过是一饮一啄，一枝一点。
4. 有既定人生目标的人比没有目标的人快乐。
5. 专注在工作中的人最快乐，随之而来的成就感也能带来快乐。
6. 拥有良好的人际关系。与家人和睦，夫妻感情良好，有亲密的朋友。
7. 保持乐观，试着微笑。
8. 常说“谢谢”，而且要由衷地说。
9. 多多运动。
10. 能舍，愿舍，喜舍。为善最乐、施比受有福，是宝贵的人生经验的总结。

29 投射效应： 由己及人要适度

【投射效应是心理学家弗洛伊德于1894年提出的概念。具体指当人们不知道别人的情况（如个性、好恶、欲望、观念、情绪等）时，就往往主观地认为别人有同自己相同的特性。也就是说，人们总是喜欢假设别人与自己有某些相同的倾向，喜欢认为自己具有的某些特点别人也具有。投射是日常生活中常见的现象，具体到心理防御机制领域，“投射”的含义更为特殊一些，指的是个体将自己的某种罪恶念头、某种恶习，反向指斥别人也有这种念头或恶习；或者把自己所不能接受的性格、特征、态度、意念和欲望转移到别人身上，指责别人这种性格的恶劣性，并且批评他人这种态度和意念的不当。】

利用投射心理，洞悉人的心境

一天晚上，在漆黑偏僻的公路上，一个年轻人的汽车抛了锚——汽车轮胎爆炸了。

年轻人下来翻遍了工具箱，也没有找到千斤顶。怎么办？这条路半天都不会有车子经过。他远远望见一座亮灯的房子，决定去那个人家借千斤顶。可是他又有许多担心，在路上，他不停地想：

“要是没有人来开门怎么办？”“要是没有千斤顶怎么办？”“要是那家伙有千斤顶，却不肯借给我，该怎么办？”

顺着这种思路想下去，他越想越生气。当走到那间房子前，敲开门，主人一出来，他冲着人家劈头就是一句：“去你的吧，你那千斤顶有什么稀罕的！”

主人一下子被弄得丈二和尚摸不着头脑，以为来的是个精神病人，就“砰”地一声把门关上了。

把自己的想法投射到他人身上，是多么可笑，其实人家未必像你想象得那样。在心理学上，那种把自己的某些心理特点加给对方的现象，叫作投射，也就是我们平常所说的“以己之心，度人之腹”。

投射心理是指以己度人，认为自己具有某种特性，他人也一定会有与己相同的特性，把自己的感情、意志特性投射到他人身上并强加于人的一种心理倾向。

可是你不是别人，别人不是你，你怎知别人与你同样的感受、想法和意愿，别人又怎知你是如此这般所想？

《庄子》里面有一个著名的“濠梁之辩”的故事：

庄子和惠子在濠水桥上游玩。庄子说：“鱼儿自由自在地游来游去，这是鱼的快乐呀。”

惠子说：“你不是鱼，怎么知道鱼的快乐？”

庄子说：“你不是我，怎么知道我不知道鱼的快乐？”

惠子说：“我不是你，固然不知道你知道不知道鱼的快乐，但是你也并不是鱼，你不知道鱼的快乐，却是可以确定的。”

正是由于投射心理的存在，我们就可以从一个人对别人的看法中，推测出这个人的真心意图和心境。

宋代著名词人苏东坡和得道高僧佛印是多年好友。

一天，苏东坡去拜访佛印，两人相对而坐，谈论佛法诗词，甚是欢畅。席间，苏东坡对佛印开玩笑说：“我看见你是一堆狗屎。”佛印笑道：“我看你是一尊金佛。”

苏东坡非常得意，以为自己这次终于占了佛印的便宜。于是回家后就迫不及待地向妹妹炫耀此事。

苏小妹说：“哥哥，你错了。佛家说‘佛心自现’，你看别人是什么，就表明你看自己是什么。”

如果一个人经常疑心别人打他小报告，我们就可以推断出此人心里有鬼，而且很可能他就是个背地里打小报告的人。如果一个人总觉得别人在骗他，别人心怀不轨、居心不良，我们就可以推断出他是个心地阴暗、撒谎骗人的人。如果一个人看待别人都是好人，什么事都往好处想，那他就是个好心、乐观、善良的人。

《吕氏春秋》中有这样一则故事。

宋国有一个农夫，在自己的田地里拾到了一块宝玉，如获至宝。就赶紧把这宝玉呈送给当时的大贤——子罕，请他赏光笑纳。

子罕看了后，并不收这份厚礼，并说：“在你眼里，这个宝玉是至宝，但是在我眼里，不收取非分的财物才是至宝。”

宋国的父老乡亲很不理解子罕的这种做法，于是就有人去请教一位智者，智者答：“人各有志，每个人都是不同的。如果你拿面饼和金钱让小孩子选择，他会选择面饼；如果你拿和氏璧和金银让俗人选择，俗人会选金银；如果你拿和氏璧与至理名言让贤人子罕选择，则他会选择做人做事的至理名言。”

正如智者所说，我们可以从他选择的是什么“东西”中，推测出他的真诚心意和心境。如果他选择金银，我们就知道他爱好钱财，与他交往，只要让他有钱财的收益，他就乐意为你做事，与你成为朋友。如果他喜欢美女，我们就知道他是个好色之人，与之交往，让他享受到美色的快乐，就能让他欢心，成为你的朋友。如果他选择做人做事的至理名言，那他就如子罕般，是位大贤。

每个人的成长背景、生活环境、受教育程度、人生经历都各不相同，人生观、价值观、对事物的看法、处理问题的方法、看待世间万物的角度都是独特的。别

人不可能和自己的所思所想完全一样。正因为如此，我们在日常的人际交往中，要看到这些差异，尊重这些不同，利用普遍存在的投射心理，揣测出他人的真心意图和心境。

偏见：跑偏的投射心理

在上一节的小故事中，虽然从辩论的角度来看，与惠子相比，庄子的说辞更胜一筹。但是从心理学的角度来说，人们确实很难真正地知道鱼的快乐，如果一个人认为自己懂得了鱼的快乐，那不过是发生了“共识偏见”罢了。所谓的“共识偏见”，简单地说，就是人们不自觉地把自己的认识强加给别人的认知倾向。比如，A 非常害怕孤独，她认为一个人过日子是一件非常恐怖的事情，因此她在 23 岁的时候便嫁给了一个自己不喜欢男人，B 则是一个奉行独身主义的女性，她在 30 岁的时候事业有成，但是却孑然一人，身边没有可以依赖的伴侣。当 A 遇到 B 后，A 就会觉得 B 非常可怜，因为她认为“女人干得好不如嫁得好”，然而 B 却会认为 A 的人生十分无趣——没有事业，没有爱情——就像行尸走肉一样。总之，A 和 B 都是以自己的思维意识去认知对方的处境，从而对对方的真实心理和情绪现状做出了不正确的判断。

在现实生活中，我们时常会产生共识偏见误差，我们用自己意识世界的规则去解释别人的世界，以致给对方做出了类似“像笨蛋一样”、“十足的傻瓜”、“毫不理性”的负面论断。比如，一个人欣赏了这样一部电影，电影里的主人公是一个投资高手，他在赚取了亿万财产之后却千金散尽，将它们全部捐给了慈善机构，自己则隐姓埋名，在一个不知名的小村落里过着简单的生活。如果一个人在欣赏这部电影的时候，正在汲汲于声名和财富，对于身居简陋房屋的生活感到痛苦不堪，很可能他便会会对主人公的行为做出如下判断：脑袋一定被驴踢了！

不可否认的是，与家人和朋友相处的时候，大多数人都希望对方的意见能与自己相同，一旦听到了与自己的判断不和谐的声音，便会抱怨理解的荡然无存，从而心情也变得恶劣起来。从心理学的角度来看，这时便出现了“共识偏见”，其实，世界之所以美丽便在于各种事物的各有千秋，有时候，放下偏执的自我，

从对方的角度看待世界，你才能看到世界的另一种美。

学会换位思考，设身处地理解别人

古希伯莱有一个国王叫所罗门，是个令后世敬仰的“有道明君”，据说，也是有某些神力的传奇君主。关于他有一个广为流传的故事。

一次，在国王办公时，有一对老夫妇闯进来，老翁讲他想要离婚。所罗门问：“为什么？”老翁讲出了若干个理由。所罗门边听边点头，最后说：“是的，你是对的，你们应该离婚。”话音未落，老妇人强烈反对，说绝对不同意离婚。所罗门问她理由，她的“理由”比老翁还要充足。所罗门同样边听边点头，最后说：“是的，你是对的，你们不应该离婚。”

这时，国王身边的大臣见国王如此断案，忍不住站出来反对说：“大王，你不应该这样断案，你这样断案是不对的。”所罗门同样边听边点头，最后说：“不但他们是对的，你也是对的，确实没有如此断案的，尤其是作为一个国王。”

这个故事启示我们在交往中“换位思考”的重要。所谓换位思考，就是要把自己设想成别人，从他们的角度考虑问题。很多时候甚至需要暂时抛开自己的切身利益，去满足别人的利益。其实，利益在很多时候是互相关联的，你能考虑别人的利益，别人也会考虑你的利益。

所罗门王成为西方世界智慧的象征，所罗门王在断案时，不仅用心地倾听，而且在听的同时把自己想象成对方，所以，他是从另一个角度去思维，这就是所谓换位思考。而换位思考是有智慧的人所共同具备的素质。

因为所谓智慧在很大程度上是源于理解力的。一个人只有具备习惯于换位思考的素质，具有过人的理解力才能去理解平时所无法理解的东西。而对方也才感觉到自己被尊重了。这样，人家才愿意与你交流与沟通。

美国的开国元勋杰菲逊有一句名言：“也许我不同意你的观点，但我一定举双手维护你说话的权利。”

换位思考到底是什么呢？其实就是“移情”，去“理解”别人的想法、感受，从对方的立场来看事情，以别人的心境来思考问题。当然这样并不是很容易做到

的。

有时我们以为别人遇到了痛苦的事，我们就该安慰他（她），这样会抚平别人的创伤。而实际情况却不一定那么简单。

倩倩的丈夫忽然心脏病发作去世，料理完丧事，她疲倦且悲伤地回到家后，就开始面对亲友日复一日的关心询问：“他是怎么死的？”“你怎么没有及时抢救？”“之前你们夫妻吵过架吗？”“天哪，怎么会发生这样的事！”还有“你要母兼父职，好好照顾小孩”的训诲。

这些人的出发点当然是关心，但对处于情绪低潮的她，却造成重大的伤害。后来她看到“来人”，就害怕起来。“我最需要的是沉默的体谅，但却没有人给我。”她说。

在生活中，我们有时很想帮助别人，但是帮助别人只有好心是不够的。我们还需要一定的生活阅历和体谅别人的能力。即使安慰也是需要技巧的。有时我们太急着给人我们的观念、判断和看法，却忘了输送真正的温暖；太急于知道自己想知道的，却忘了别人的伤口还没好。

换位思考不但需要转换思维模式，还需要一点好奇心来探求他人的内心世界。

真正的换位思考必然是一个“移情”的过程，要从内心深处站到他人的立场上去，要像感受自己一样去感受他人。但不幸的是，许多人的换位思考却缺少了“移情”这一个根本要素。他们或是站在自己的位置上去“猜想”别人的想法及感受，或是站在“一般人”的立场上去想别人“应该”有什么想法和感受，或是想当然地假设一种别人所谓的感受。这样的换位思考，其实仍局限于自己设定的小圈圈之中，绝对无法体验他人真正的感受和思想。



投射效应告诉你：走出投射效应的误区

对任何事物我们都应辩证地去看。没错，投射效应也不例外。一方面，这种效应会使我们拿自己的感受去揣度别人，缺少了人际沟通中认知的客观性，从而造成主观臆断并陷入偏见的深渊，这是需要我们克服的。

1. 通过时刻保持理性，克服潜意识和惯性思维，让事物的发展规律还原它本

29 投射效应：由己及人要适度

来的面目，从而消除这种效应带来的不良影响。

2. 要客观地认清别人与自己的差异，不断完善自己，不能总是以己之心度人之腹。

3. 要承认和尊重差异，多角度、全方位地去认识别人。

4. 学会换位思考，也就是设身处地地站在对方的立场上去看别人。

5. 利用一个人对别人的看法来推测这个人的真正意图或心理特征。

30 禁果效应： 不禁不为，愈禁愈为

【“禁果”一词来源于《圣经》里的故事：夏娃被神秘的智慧树上的禁果所吸引，偷吃了禁果，后来被贬到人间。这种禁果所引起的逆反心理现象称为禁果效应。禁果效应也称为“罗密欧与朱丽叶效应”，《罗密欧与朱丽叶》是莎士比亚的四大悲剧之一，故事中的罗密欧与朱丽叶真心相爱，但是因为对方有世仇，他们的爱情遭到了双方家庭的强烈反对。不过，外在的压力并没有终结他们的爱情，反而让他们更加坚守彼此之间的爱情，甚至不惜以死殉情。由此禁果效应引申为，越是得不到的越想得到，越是被禁止的东西越能引发好奇心和具有诱惑力，令人充满窥探的欲望和尝试的冲动，更加想得到或知道。】

为什么密室总会有好奇的闯入者

古希腊神话有这样一个故事，宙斯给了潘多拉一个密封的盒子，让她送给娶她的男人。普罗米修斯深信宙斯对人类不怀好意，告诫他的弟弟埃庇米修斯不要接受宙斯的赠礼。可他不听劝告，娶了美丽的潘多拉。潘多拉被好奇心驱使，打开了那只盒子，立刻里面所有的灾难、瘟疫和祸害都飞了出来。心理学把这种“不禁不为、愈禁愈为”的现象，称为潘多拉效应，也称禁果效应。

如果宙斯当初送给潘多拉盒子时，便告诉她盒子里装的是是什么以及为什么不能打开的原因，想必潘多拉很可能就不会打开那个魔盒。当人们被禁止采取某个行为、又没有被提供给可以接受的理由时，人们多会逆道而行，在好奇心理和逆反心理的操纵下，做一些被禁止的事情。

倘若想避免潘多拉效应，便要在要求人们做什么或者不做什么的时候，给予对方充分的、合理的解释，否则，单纯的禁止只会引起人们各种各样的疑虑、揣度、猜测，并为探究为什么不许做而跨越禁区，结果人们毅然决然地犯禁，与禁令发出者的期望南辕北辙。

在武侠电影中，常会出现这样的情节，一个密室或者房间被规定为禁区，不准人们进入，结果反而让很多的好奇者闻讯而来，他们千方百计地进入密室，想一窥究竟，看看里面到底隐藏了什么样的秘密。对于秘密，人们有一种天生的获知欲，这也正是禁果效应产生的根本原因。

“禁果格外甜”的秘密

俄罗斯的有句著名的谚语：“禁果格外甜。”谈到这个话题，我们就要先从“禁果”说起。它源自《圣经》，指伊甸园智慧树上结的果实。

《圣经·创世记》载，上帝为人类始祖亚当和夏娃建了一个乐园，也就是众所周知的伊甸园。上帝让他们两人住在园中，并负责修葺与看管乐园。同时，上

帝还特意吩咐道：“园内各样树上的果子你们都能吃，唯独智慧树上的果子你们不能吃，因为吃了它你们就会死。”亚当和夏娃谨记着上帝的教诲。

突然，有一天，夏娃没禁得住蛇的诱惑，被神秘智慧树上的“禁果”所吸引，于是摘下树上的果子，吃了下去。而且，她把果子也给了亚当，亚当也吃了。

后来，上帝得知此事，将他们赶出了伊甸园。同时，上帝惩罚了罪魁祸首——蛇，让它用肚子走路；责罚夏娃，增加她怀孕的痛苦；责罚亚当，让他终身劳作才能从地里获得粮食。

夏娃和亚当为什么要违背上帝的旨意偷吃“禁果”？是因为他们饥饿，还是因为他们馋嘴？当然都不是了，这个关于人类远祖的故事，暗示了人类的本性中具有根深蒂固的“禁果效应”倾向。

在现实生活中，我们常常会遇到这样的情况：越是被禁止的东西或事情，越会引来人们更大的兴趣和关注，使人们充满窥探和尝试的欲望，千方百计试图通过各种渠道获得或尝试它，即上面所说的“禁果效应”。其实，这与东西本身没有太大的关系，主要是因为“禁”激起了人们情绪中的好奇心理和逆反心理。

这种效应存在的心理学依据在于：无法知晓的“神秘”事物，比能接触到的事物对人们有更大的诱惑力，也更能促进和强化人们渴望接近和了解的需求。我们常说的“吊胃口”、“卖关子”，就是因为人们对信息的完整传达有着一种期待心理，一旦关键信息在接受者心里形成了接受空白，这种空白就会对被遮蔽的信息产生强烈的召唤。这种“期待—召唤”结构就是“禁果效应”存在的心理基础。“禁果格外甜”，不过是人们的一种心理表现。

欲“诱”愈“禁”，欲“禁”反“纵”

虽然禁果效应生活中无处不在，你也许根本想象不到，今天我们生活中司空见惯的蔬菜——土豆，在刚刚被发现时，就曾因为被当作禁果，才得到了广泛的推广。

土豆从美洲引进到法国时，很长时间没有得到认可。迷信者把它叫作“鬼苹果”，医生们认为它对健康有害，而农学家则告诉人们，土豆会使土壤变得贫瘠。

这些“权威人士”的断言，使土豆成了不受欢迎、稀奇古怪的东西。

著名的法国农学家安端·帕尔曼切在德国当俘虏时，亲自吃过土豆。他尝到了土豆的“甜头”，就想回到法国后，在自己的故乡培植它。可是因为那些“权威人士”的断言，谁也不敢种土豆。

后来他灵机一动，想出了一个办法。他得到国王的许可，在一块出了名的低产田上开始栽培土豆。根据他的要求，要由一支身穿仪仗服装、全副武装的卫队看守这块土地，但只是白天看守，到了晚上，卫队就撤了。

这使人们非常好奇，是什么好东西需要卫队这样煞有介事地看守？一定是好东西，才怕别人偷啊。人们这样一想，就猜测土豆一定是非常美味或很有好处的食品，就禁不住想要知道个究竟。于是，他们商量好，到晚上就到那块土地上偷挖土豆，然后种到自己的菜园里去。

结果，土豆得到了很好的推广，人们发现这是一种风味独特的食品，它没有任何可怕的地方。

正是巧妙运用了禁果效应，激发人们与生俱来的好奇心，帕尔曼切推广土豆的目的才得以实现。

除了像帕尔曼切那样利用禁果效应得到积极效果外，生活中还有不少因“禁果效应”适得其反的例子。

比如，历代统治者经常把他们认为是“海淫海盗”的书列入“禁书”之列，如我国的《金瓶梅》和西方的萨德、王尔德、劳伦斯等人的作品。但是，被禁不但没有使这些书销声匿迹，反而使它们名声大噪，使更多的人挖空心思要读到它们，反而扩大了它们的影响。再有，一些家长总是喜欢禁止孩子做这做那，如禁止读不健康的书，不让早恋，不允许玩游戏、网络聊天等，但一味严厉禁止，反而增加孩子的好奇心、逆反心理，使他们在两种心态的驱使下甘冒风险去尝试那些也许并不甜的“禁果”，最终使教育走向了反面。

透过禁果效应，我们不难发现，对于某种事物，我们越是禁止越会增加其诱惑力。相反，如果我们真想禁止某些事物，倒是应该学会适当地放纵一下。更确切地讲，我们一方面可以把某些人们不喜欢而又有价值的事物人为地变成禁果，以提高其吸引力；另一方面不要轻易把某些不喜欢或不赞成的事物当成禁果，以免人为地增加其吸引力，适得其反。

限量版促销，制造紧张气氛

禁果效应反映在营销中最普遍的现象就是，商家会利用激发消费者的好奇心来诱导消费。

短缺因素对产品的价值会起到很大的影响作用，利用这一原理，销售人员可以给顾客施加压力，使之顺从。销售人员会使用“数量有限”的策略，告诉顾客某商品供应紧张，不能保证一直有货的时候，顾客就会及早地采取购买行动。

当销售人员发现顾客对某个商品感兴趣时，对其进行巧妙引导，在说明商品的优点、价格实惠的同时，不妨加上这样的提醒：“此款商品刚刚卖出一个，这是最后一个了，如果错过，就得等一个星期以后再来买了。”顾客在听了这样的话之后，往往会迅速做决定，先买了再说。

在意大利有一个专售首批新产品的市场即莱尔市场。同样一件产品，价钱都相同，产品在这里却卖得出奇的好。原因是什么？原来这家市场的任何一种新产品都只销售一次，售完为止，不再第二次进货。即使一些商品客户很喜欢，抢上手的喜上眉梢，没抢到手的懊悔不迭，要求市场再一次进货，可得到的却总是让人遗憾的回答：“很抱歉，本市场只售首批，卖完便不再进货，即使是抢手货也是如此。”面对这样的回答和做法，许多客户难以理解，在闲谈中，他们已经把这种奇怪的现象，不断地向别人诉说，于是在人们心目中逐渐形成了这样的观念：莱尔市场都是最新的产品，要想购买新产品，必须当机立断。所以每当一件新产品上市，就会出现客户蜂拥抢购的场面。

我国内地也有一些商店，成功地运用了莱尔市场的销售模式，比如专门经销一式一款的衣服或皮包以及其他只有一款的物品。事实上这些东西，质量、款式不见得比其他商场的同类物品好，但因其具有“唯一”性，所以价格要高出同类商品几成甚至几倍。

山西太原有一家“百元”裤业公司，所有的裤子都卖100元。公司人不多，没有自己的加工厂，将设计好的裤样送到广东深圳一带采购布料并在当地加工，同时定位在城乡接合部，严格按照一定的标准，包括店面设计、经营方式、服务

标准等都有要求，在全国发展了 400 多家连锁专卖店。

利用“只有一次机会”诱惑客户，这种心理效应带给顾客的反映就是：“我
不会再错过这次机会了，就买它了。”“机不可失”的氛围会给顾客带来一种强
烈的紧迫感，减少犹豫的时间，促使顾客果断购买。当客户极易受到诱惑的时候，
是不会轻易放弃机会的。销售人员若能抓住这个心理，让客户难舍自己喜欢的商
品，就会促使成交。

比如，“时间有限”、“独家放映”、“只限三天”等策略，都可以引起顾
客的关注，让顾客赶在时间到达之前果断地做出行动。

“物以稀为贵”，反映了人们的一种深层心理，就是害怕失去或者怕得不到。
在消费方面，这种心理也非常明显。顾客对越是买不到的东西越是想要得到它，
而商家正是利用了顾客的这种害怕买不到的心理，采取“名额有限”等方式来吸
引顾客。

培养孩子好习惯，宜疏不宜堵

在对孩子的教育上，有的家长时常感到困惑，在方式上难以抉择，往往不知
道怎么办才好。有的家长在孩子很小的时候，就开始对孩子采取近于放任的态度，
然而完全放任一个孩子，他会怎么样呢？很少有人敢做这样的试验，因为人生没
有重新来过的可能。古时候斯巴达人的做法正好相反，几乎是严酷地对待自己的
后代，倘若不能长成一个强健的人，甚至不惜置其于死地。现在中国人普遍骄纵
孩子，而骄纵与任其发展的差别是家长自己也不易区分的。

传统的中国教育近于严酷，私塾先生是拿着板子上课堂的，这在 20 世纪初
被革命者当成一种压迫。如今当我们再回过头去看的时候，不能不感到，传统教
育中的许多方法，也未必没有一点好处。那么，如何在放任与规范之间寻找一个
恰当的平衡点，恐怕需要更加慎重地来进行研讨。

傅雷先生的儿子傅聪是一位国际级的钢琴大师，傅聪幼年是被父亲逼迫着学
习钢琴的。傅雷对儿子的管教非常严厉，他在楼上翻译作品，孩子在楼下练琴，
中间稍有停顿，他就下来抓着儿子的头往墙上撞。这种做法不仅使孩子受到摧残，

也使傅聪的母亲在精神上受到刺激。

傅雷对孩子的强制教育完全是一个中国式的强权父亲的形象。这一点不但表现在他逼迫幼年傅聪学习钢琴上，也包括在生活上，他凡事都跟孩子说应该这样应该那样，规定得清清楚楚，没有讨论的余地。从这样的意义上说，傅雷教子的教育方式是值得反思的。然而，由于傅雷先生在学术上的造诣是众所周知的，也由于傅聪的成功，傅雷先生的家教方法至今仍然被无数家长仿效。

其实，傅雷对于自己的教育方式有过深刻反省，晚年他在给儿子的信中说：“我也知道，从小受些挫折对你的将来多少有些帮助。然而，爸爸毕竟犯了很多很大的错误。自问人生对朋友无愧，唯独对你和你母亲感到有愧良心，这是我近年来的心病。这些天它一直像噩梦一样在我脑海里徘徊。可怜我过了45年，父性才真正觉醒。”在傅聪回信表示已经原谅了父亲的过失之后，傅雷又激动地在第二封信中写道：“我感到难以置信的高兴，儿子终于和我成了朋友，天下还有比这更幸福的事吗？我为我的儿子感到骄傲和自豪！”

当无所拘束时，恐怕大部分孩子会本能地趋于偷懒、享乐，而学习并不总是能够在愉快中完成的。我国著名教育家陆士桢曾经说过，教育孩子要学会一手接纳，一手控制。因为孩子毕竟只是孩子。对于孩子，适度的控制是必要的，并且要与疏导相结合。

就像大禹治水一样，在孩子的教育中，光靠“堵”不行，光靠“疏”也不行。要堵疏结合才行。

在孩子的学龄前期要以“管”和“教”为主，越小的孩子的行为越应该管束和规范，对小孩子的无理行为不能迁就。如果在孩子幼年时期父母就不能制服孩子的对抗行为，那么孩子以后的每一次对抗，父母都不会获胜。假如父母无法让一个5岁的孩子拾起他的玩具，那么就不可能在孩子具有逆反心理的青春期进行任何有效的管教。

到了小学阶段除了要继续管、教以外，也要重视疏和导，做到管、教、疏、导同时并用；孩子越是长大，管和教就应该逐渐减少，而疏和导就越来越处于重要地位。孩子越大，就越要增加“疏”和“导”的分量。

孩子进入初中，父母对孩子的“疏”和“导”就应该占据重要地位了。进入初中阶段的孩子已经有了较强的独立意识，尤其是这个阶段的孩子的逆反、对抗

心理较强，他们已经不再屈从父母的管束和说教，希望父母尊重他们，与他们平等地沟通。这时，激励和引导就应成为教育孩子的主导原则和方法了。

总之，如果父母能综合运用管、教、疏、导的四个原则，注意在孩子的不同成长阶段采用侧重点不同的教育方式，就能使自己对孩子的教育收到理想的效果。

当然，以上四原则要想有效实施，必须建立在父母对孩子的尊重和关爱之上。没有对孩子的尊重就不会有对孩子的有效教育。没有对孩子的关爱之情，就不会有对孩子良好的情感沟通和良好亲子关系的建立，当然也不会有有效的教育。而且，一个教育水平越高、越有教育智慧的家长，越善于“疏”和“导”，“管”和“教”的成分用得极少。因为他们总能抓住孩子的内心需求，总能把握孩子的内心感受，伺机进行引导。



禁果效应告诉你：巧诱好奇心，发挥积极性

越是得不到的东西，就越想知道；越是若隐若现的东西，就越想看清楚。这就是禁果效应的基本表现，如果我们能巧妙利用这种心理，就可以达到不错的效果。禁果效应的妙用：

1. 封闭不如开放：留一点窥探的小缝，给人一个巨大的想象空间。

2. 欲语还休：可以吊足听众的胃口，达到你想要的说话效果。

3. 禁止不如疏导：在早恋和性问题的教育方面，由于孩子天生具有强烈的好奇心，与其阻止、遮掩，不如坦荡地对孩子讲清楚，使禁果效应的积极作用得到发挥，取得良好的教育效果。

4. 强迫不如诱导：调动他人的积极性，可以巧妙利用禁果效应。比如限量促销等。

5. 说服不如激将：利用人们的好奇心理，在说服他人时加以巧妙地激将，就能达到不错的效果，使对方按照自己的期望达到目的。

31 海因里希法则： 成与败都是一种量的积累

【“在一件重大灾害的背后，有 29 件轻度灾害，还有 300 件有惊无险的体验。”这是美国人海因里希通过分析工伤事故的发生概率，为保险公司的经营提出的法则，被称为海因里希法则。海因里希法则的另一个名字是“1：29：300 法则”；也可以是“300：29：1 法则”。这一法则完全可以用于企业的安全管理上，即在一件重大的事故背后必有 29 件“轻度”的事故，还有 300 件潜在的隐患。

海因里希法则从另一个角度告诉我们，在一次成功的背后，往往有无数失败次失败的积累，这是被无数成功者的经历所证明过的。失败的次数愈多，成功的机会亦愈近。】

没有失败就没有成功

失败者与成功者的区别不是在于他们失败的次数多寡，而是在于他们失败后有什么不同的态度和作为。

美国考皮尔公司前总裁 F·比伦提出，失败也是一种机会。若是你在一年中不曾有过失败的记载，你就未曾有勇于尝试各种应该把握的机会。

全球知名 500 强宝洁公司有这样一个规定：如果员工三个月没有犯错误，就会被视为不合格员工。对此，董事长白波先生的解释是：只有什么也没干的员工才不会犯错误。

伟大的成功总是伴随着伟大的失败。数学家习惯称失败为“或然率”，科学家则称之为“实验”，我们可以称它为“经验”，从经验中学习，也意味着从错误中学习。因为如果没有前面一次又一次的失败，哪有后面的成功。

海明威说，一个人可以被摧毁，但不能被击败。成与败是常有的事，不因一次失败就放弃你原来决心达到的目的，同样也不因一次成功而沾沾自喜，裹足不前。不要害怕失败，将失败当成一笔财富，积累得越多，成功越有价值。

成功没有一定法则可依循，不过你却能够从失败中学习到许多心得。像沙克博士发明了天花疫苗，现在则致力于研究艾滋病 HIV 病毒疫苗。他说他百分之九十八的时间是用来记录失败的实验。

而卡纳利也承认，必胜客的成功要归因于他从错误中学得经验。在俄克拉荷马的分店失败后，他学会了店面装潢的重要性；在纽约的销售失败后，他研发出了另一种硬皮的比萨饼。当地方风味的比萨饼在市场出现后，他又向大众介绍芝加哥风味的比萨饼。

汽车大王亨利·福特成功之前，因经商失败过两次，也曾破产过，他却说：“其实，失败只是提供更明智的起步机会。”失败只不过是让我们有更聪明的开始而已。

美国管理学家彼得·德鲁克认为，无论是谁，做什么工作，都是在尝试错误中学会的，经历的错误越多，人越能进步，这是因为他能从中学到许多经验。杜拉克甚至认为，没有犯过错误的人，绝不能将他升为主管。日本企业家本田先生

也说：很多人都梦想成功。可是我认为，只有经过反复的失败和反思，才会达到成功。实际上，成功只代表你努力的1%，它只能是另外99%的被称为失败的东西的结晶。

伟大的失败与出色的成功一样有价值。

松下幸之助有句名言，他说：“每一次失败都是我弥补某种不足的一次机会。”每失败一次，就离成功更近了些。

发明大王爱迪生也说：“我才不会沮丧，因为每一次错误的尝试都会把我往前更推进一步。”当他还不知道什么是正确时，最少他已经学习到：什么是错误的。

在我们的人生旅途中，机会无处不在。但机会又是稍纵即逝的，你不可能在做好所有的准备后再去把握。这就要求我们有一种试错精神。即使最后证明自己错了，也不会后悔。因为你把握了机会，而且至少知道了你先前把握机会的方式是行不通的。

怀着一颗不服输的心

有一个年轻人，从很小的时候起就有一个梦想，希望自己能够成为一名出色的赛车手。后来他参加了在威斯康星州的赛车比赛。赛程进行到一半多的时候，他的赛车位列第三，很有希望获得好名次。

突然，他前面的两辆赛车相撞，他迅速转动方向盘试图避开他们，终因车速太快未能成功。他撞到车道旁的墙壁上，被救出来时，手已经烧焦，鼻子也不在了。尽管他的性命保住了，可他的手萎缩得像鸡爪一样。医生告诉他：“以后，你再也不能开车了。”但他并没有灰心绝望。为了实现那个久远的梦想，他决心再一次为成功付出代价。他接受了一系列植皮手术，不停地练习手的灵活性。他始终坚信自己的能力，并继续练习赛车。

仅仅在9个月之后，他就重返了赛场，取得了第二名的成绩。又过了2个月，他赢得了250英里（约402千米）比赛的冠军。他，就是美国颇具传奇色彩的伟大赛车手——吉米·哈里波斯。

当他第一次以冠军的姿态面对热情而疯狂的观众时，吉米流下了激动的眼泪。

记者问他：“你在遭受了那次沉重的打击之后，是什么力量使你重新振作起来的呢？”

吉米手中拿着一张此次比赛的招贴图片，微笑着用黑色的水笔在图上写了一句话：把失败写在背面，我相信自己一定能成功！

巨大的挫折可能会改变我们的生命轨迹，阻碍我们去奋斗、去成功。哈里波斯却坚持原来的梦想，用一次次失败激励自己不要放弃。他深信，失败是成功的背面，终有一天自己能把它翻过来。我们每个人都不要害怕失败，我们都有能力把失败的背面翻过来，看见成功。

没有天生的傻瓜，同样没有天生的失败者和成功者。成功者之所以成功，是因为有一颗可贵的好奇心，不断尝试失败和错误，不断超越它们，直至达到成功。生活中我们不要害怕迷路，可怕的是，没有探路的心。失败并不可怕，只要我们怀着一颗不服输的心，勇往直前，那么胜利将不会离我们太远。只要厄运打不垮信念，希望之光就会驱散绝望之云。疑问是打开知识大门的钥匙。错误是正确的先导。提出了正确的问题，往往等于解决了问题的大半。

每天进步 1%，迈向成功 100%

日本企业所生产的产品向来以品质卓越著称，不论是电子产品、家用电器、汽车等，他们的产品品牌在世界上是属于一流的。

日本人对于品质有如此高的重视，主要归功于一位美国的品质大师戴明博士。

二次世界大战结束后，戴明博士应日本企业邀请，重振日本经济。戴明博士到了日本之后，对日本企业界提出“品质第一”的倡议。他告诉日本企业界，要想使自己的产品畅销全世界，在产品品质上一定要持续不断地进步。

戴明博士认为产品品质不仅要符合标准，还要无止境地每天进步一点点。当时有不少美国人认为戴明博士的理论很可笑，但日本人完全照做。果然，今天日本企业的产品在世界上取得了辉煌成就。

福特汽车公司一年亏损数十亿美元时，他们请戴明博士回来演讲，戴明仍然强调企业要在品质上每天进步一点点，只有通过持续不断地进步，才可以使企业

起死回生重振雄风。

结果，福特汽车照此法则贯彻3年之后，便转亏为盈，一年净赚60亿美金。

前洛杉矶湖人队的教练派特·雷利在湖人队最低潮时，告诉12名球队的队员说：“今年我们只要每人比去年进步1%就好，有没有问题？”球员一听：“才1%，太容易了！”于是，在罚球、抢篮板、助攻、抄截、防守一共五方面都各进步了1%，结果那一年湖人队居然得了冠军，而且是最容易的一年。

有人问教练，为什么这么容易得到冠军呢？

教练说：“每个人在五个方面各进步1%，则为5%，12人一共60%，一年进步60%的篮球队，你说能不得冠军吗？”

让自己每天进步1%，只要你每天进步1%，你就不用担心自己不快速成长。

在每晚临睡前，不妨自我分析：今天我学到了什么？我有什么做错的事？今天我有什么做对的事？假如明天要得到我要的结果，有哪些错不能再犯？

反问完这些问题，你就比昨天进步了1%。无止境的进步，就是你人生不断卓越的基础。

你在人生中的各方面也应该照这个方法做，持续不断地每天进步1%，一年便进步了365%，长期下来，你一定会有一个高品质的人生。

不用一次大幅度的进步，一点点就够了。不要小看这一点，每天小小的改变，会有大大的不同，很多人一生当中，连一点进步都不一定做得到。

人生的差别就在这一点点之间，如果你每天比别人差一点点，几年下来，就会差一大截。

如果你将这个信念用于自我成长上，100%地会有180度的大转变，除非你不去做。

自我妨碍：预约失败的自欺欺人之举

在大学学期末，各科考试接踵而来，有的学生平日经常逃课，日常也疏于学习，但是当考试临头时，他们非但没有认真复习学习内容，反而结伙到酒吧买醉，或者通宵打游戏，为什么会出现这种现象呢？难道临时抱佛脚的紧急复习不是更

好的应对策略吗？

上述现象可以用“自我妨碍”来解释，所谓的“自我妨碍”，就是当人们担心自己没有能力完成某项任务时，他们会故意破坏任务的完成，以便为自己的失败准备托词：这并不意味着我没有能力。比如说，一个学生并没有为第二天的考试而用功，反而沉迷于电脑游戏，如果他的考试成绩很差的话，他便会说：“我只是没有努力罢了。”如此这般，这个学生的自尊便会受到较低的影响，他可以心安理得于自己的失败。

从个体维护自尊和印象管理的角度来看，“自我妨碍”实际上是一种自我保护行为，它一方面为个体的失败提供了冠冕堂皇的理由，另一方面，当个体获得成功时，还有助于发挥自我增强的作用——没有努力也可以获得成功，个体便可以洋洋自得地宣称自己智商超人。

个体在实施“自我妨碍”行为时，通常通过两种形式表现出来：

1. 行动式自我妨碍

对于难以预知的成败，个体为了做出有利于自己的归因而事先采取了一系列妨碍成功的行为，如有的学生在考试前喝酒玩乐、降低努力程度以及为自己设置过高的成就目标等。

2. 自陈式自我妨碍

个体在从事任务之前，为将来可能的失败寻找一系列不可控制的借口，一些可能会影响自己发挥水平的因素，如考试焦虑、突然感染疾病、遭遇创伤性的生活事件等。

对于个体来说，大部分的研究认为，自我妨碍行为虽然有助于个体免受负面评价的影响，但是，经常进行自我妨碍的话，不仅会降低个体的自信心，还会增加他们的焦虑反应——因为即使个体能使他人不对他们进行负面评价，他们自身也会对自己形成消极的看法。再者，如果过多地实施自我妨碍行为，个体还会增加遭遇失败的可能性，以致减少对学习的兴趣，继而又会进行自我妨碍行为，从而陷入恶性循环中。而且，研究者还发现，即使他人没有对实施“自我妨碍”者进行负面评价，他们也不会对这些人产生较好的印象，也就是说，与没有实施自我妨碍行为的人相比，自我妨碍者往往会得到他人更低的评价。

用失败之鉴为成功铺路

在我们的个人成长过程中，自上小学开始，教科书和老师们就列出了许多伟人和成功者的事迹，以鞭策和鼓舞后来之人。因此我们从小就学会了把成功者的成就作为自己的奋斗目标，有些人还遵循成功者的模式，以此构筑自己的未来。

当然，发挥成功者的楷模和示范作用，这种做法也没什么不好，因为人们总是需要看到成功的“希望”，并以此作为学习的榜样，鼓舞自己。但如果一切向“成功者”看齐，就可能使有些人堕入一种幻觉当中，他们认为自己也可以成功，而一旦自己难以获得成功时，就感到命运对自己不公，并责问：“为什么他们可以成功，而我就不能成功呢？”其实，一个人的成功是多种因素的组合，不可能一蹴而就。另外，某一位成功者的成功模式并不一定适合每一个人，因为每个人的个性、主客观条件不同。所以，以成功者为师，应该有其选择性，你不可能学习每一位成功者，也并非所有成功者的经验都值得你去学。你可以学习某人成功的一些方面，但不必全部照搬。

有一位企业家，从创业开始，他就仔细观察同行以及其他行业的失败案例，并分析其原因，不断地从别人的失败中吸取教训，因此他不但创业顺利，而且发展得迅速稳定。他认为，一个企业的“存在”比“壮大”更重要，首先要“存在”，才可能“壮大”，如果仅仅为了“壮大”而推动“存在”，那就失去了创办企业的目的。更何况失败都是一种痛苦的事情，如果多次失败，更有可能永不再起。所以，“避免失败”比“追求成功”更重要！

细想一下，这位企业家的想法不无道理，这也是人们经常听说的一种逆向思维。任何失败都有其原因，不管是主观因素还是客观因素，不过要了解失败者的失败原因不太容易，因为失败者往往不愿意谈论自己失败的过去，这样会暴露自己的无能。如果你找到失败者本人谈，他大概也不会告诉你真相，他只会告诉你，他的失败是因为经济不景气、朋友拖累、银行紧缩，或是被出卖、被骗、被倒账……属于他个人的能力、判断、个性上的问题，他是不会告诉你的。何况有些失败者根本不知道他失败的原因！因此要了解失败的原因，你得多方收集资料，参考专

家的分析、同行的看法，至于这位失败者的个人条件，可从他的朋友那里多加了解。

当资料收集够了以后，再把它们一条条列出来，仔细分析，并归纳成几个重点。不过并不是了解就算了，必须把你所观察、分析到的拿来检验自己，和失败者的一切做个对照比较，如果你的个性、能力和其他主客观因素和那失败者具有相似之处，那就要提高警觉，弱的地方要加强，不好的地方要加以改善，这样你就可以避免犯那些失败者同样的错误，成功的机率自然大大提高！

除了办企业以外，一般做人做事也应以失败者为师。

在做人方面，看看谁和谁处得不好，谁得罪了谁，谁不受欢迎，参考他们的个性，观察他们平日的来往和作为，你就可以知道他们做人失败的原因在哪里。

在做事方面，“失败者”的例子更多，这里所谓的“失败”包括做得不完善的事，这些事一般都会由主管开会进行检讨，这种检讨有时只是应付应付，但因为近在身边，所以不管检讨是不是在“应付”，你都会有不错的收获！

做事也是一样，犯的错误少，成功的机率就提高，而要减少错误，就是“以失败者为师”，这种教训可不是用钱买得到的。

有一个高中毕业生，由于发挥失常，名落孙山。而对高考落榜的现实，他感到非常沮丧，甚至对生活失去了热情。这时，他的老师看到了他的状态对他说：“人生就是这样。快乐自然令人向往，痛苦也得承受，这是真实的人生之途。你不必为一次的失败而烦恼。其实人生的每一种经历都是一笔财富，就看你如何去体会，如何去理解。”最后他又语重心长地对这名学生讲：“摔倒了就要爬起来，但别忘了再抓一把沙子。”学生听懂了，也记住了老师的话。以后每当他遇到挫折时，他就会想起“摔倒了就要爬起来，别忘了再抓一把沙子”这句话，并从中吸取教训，鼓起勇气，迈向一个又一个新的目标。

我们应该牢记人生旅途中的每一次教训，可以激发我们追求的胜利的强烈欲望。因为受过教训，我们不再犯那样的错，但我们也应帮助他人使其同样不再犯错。

因此，我们可以换一个角度，与其时时“以成功者为师”，不如看看那些失败者，研究一些失败的案例，仔细探究失败的原因，并以此作为自己的警示，避免重蹈覆辙。



海因里希法则告诉你：成功者必备的6个素质

不积跬步，无以至千里；不积细流，无以成江海。成大事者，必善于积累，蓄势待发，厚积薄发。以下6大素质是成功者必不可少的：

1. 积少成多，聚沙成塔

力量薄弱的小人物，只要能够坚持不懈地向着目标进发，每天进步一点点，一样可以成就大事，完成大人物所不能完成的事。

2. 日行千里而一劳永逸，不如日行百里而勤力不辍

无论你的起点多么低，只要不停留在今天的成就上，你的人生都将达到一个常人难以企及的高度。

3. 归零心态，将现在当起点

你想取得常人难以企及的成功，你就永远只能将现在当起点，不能因已有的成就志得意满。否则，你很快就会被那些更勤奋的人超越，成为落伍者。

4. 积极和热情的态度

永远不让“发动机”熄火，在取得一点成就后，不断地给自己加压，以更大的热情去获得新的成就，这正是成功的要点。

5. 一步一步地走下去，没有任何借口

成功路上有许多意想不到的困难和障碍，对我们的智慧、意志和毅力进行各种挑战和考验。这时，你也许会找到一些借口让自己松懈、退缩甚至放弃，但是，能够成功达成目标的唯一选择是：一步一步地走下去，没有任何借口。

6. 保持耐心，脚踏实地

在现实中，很多人贪多图快，总想一举成功。事实上，多数工作需要人的耐心。你一点一滴地去做，才能稳稳当地获得工作的成果，否则，便会陷入一种尴尬的境地：不甘心放弃，但又没精神前进。所以，恨不得马上成功的想法是不现实的。你只能一点点积累成功条件，就像烧开水一样，一点点升温，最后你的事业终究会沸腾起来。

32 马蝇效应： 竞争是迈向成功的催化剂

【马蝇效应最早是由美国总统林肯提出的。这来源于他的一个小故事：

“我想每一个在农村长大的朋友一定知道什么是马蝇。有一次，我和我的兄弟在肯塔基老家的一个农场犁玉米地，一个吆马，一个扶犁。刚开始马很懒，总也不愿意动，可是过了一会儿，它却在地里跑得飞快，连我这双长腿都跟不上。等跑到了地头，我才发现，原来有一只很大的马蝇叮在马上，我不忍看着这匹马被咬得生疼，就随手把马蝇打落了。我兄弟却埋怨我，并告诉我正是有了马蝇的叮咬，才使马跑得快。”没有马蝇的叮咬刺激，马就慢慢腾腾，走走停停；而有了马蝇的叮咬，马就跑得飞快。这就是马蝇效应。

马蝇效应告诉我们，竞争是潜力的催化剂，是一种生存规则。只有竞争才能使我们不断超越自己，激发潜能，不会被社会所淘汰。】

感谢打压你的人让你不断进取

许多年前美国有一位十六岁的年轻小伙子，在一家著名的五金公司当一名收银员，每个月领着极微薄的薪水，但仍然心满意足地卖力工作，因为他希望通过自己脚踏实地的工作，使自己步步高升，最终达到前途无限。所以他做起事来，永远抱着学习的态度，处处小心留意，想把工作做得十分完美。他希望能够获得经理的赏识，提升他为推销员。谁知他的经理对他的印象却恰好相反。

有一天，他被唤进经理室遭到了一顿训斥，经理告诉他说：“老实说，你这种人根本不配做生意。但你的身体健硕无比，我劝你还是到铁厂里当一名工人去吧！我这里用不着你了。”

这一番训斥侮辱，对于那位小店员真如平地响雷，他想不到素来自以为做得不错的成绩，会得到这样相反的结果。一个年轻气盛的人，踏入社会不久，便遭受这样严重的打击，换了别人谁也受不了。他们定将气得暴跳如雷，从此做起任何事情来，都要抱着消极的态度，不肯“劳而无功”了。但那位青年并没有这样做，他虽被辞退，但仍有他自己的理想。他要在被击倒的地方重新爬起来，争取更大的成绩。

“是的，经理，”他说：“你当然有权将我辞退，但你无法消磨我的意志。你说我无用，当然，这也是你的自由，但这并不减损我丝毫的能力。看着吧！迟早我要开一家公司，规模比你的大十倍。”

他并没有吹牛，他说的句句是实话，从此他借着这次受辱的激励努力上进，几年后，果然有了惊人的成就。他就是美国鼎鼎大名的玉蜀黍大王史坦雷先生。

假使没有这次的刺激，史坦雷先生当然也会努力奉公，力求上进的，但即使他能如愿以偿，结局也不过是他成了一名五金公司的推销员而已。可是他在经理的一顿训斥后惊醒，立刻打消了他那“心满意足”的心理，抓住了更大的目标。这才能从一个无名的小店员，一跃而成为世界有名的“大王”。

人有着无穷无尽的潜能，也有着任何风雨都击不败的毅力。一棵轻轻一碰就能折断的麦芽，缘何能冲破坚硬的土壤，最终展露于阳光之下？就是因为那压制

在它身上的黑暗，让它对阳光充满了渴望，并最终以前超寻常的毅力冲破阻力，获得新生。

那么，面对那些打压我们的人时，我们是不是对成功有了更多的渴望，对超越对方有了更多期许？假如没有对方的压制，你还会因喘不过气来而奋起“反抗”吗？你会为了摆脱对方的压制，不断地修炼自己吗？你会为了“报复”对方，将他的职位取而代之吗？你会为了展现自己的才华，不断地去经营自己的人际关系吗？你还会为了不埋没自己，积极寻找一蹴而就的机会和助你成功的伯乐吗？更关键的是，你会知道自己有比上司更强大的优势吗？也许会，但并不强烈，也许知道，但并不想进一步证明。

对于一个人来说，最痛苦的事莫过于能力得不到认可，甚至没有机会展现自己。可是越被人压制，我们越渴望自由，别人越想将我们埋在地底下，我们越想活到阳光里去；别人越不愿意发生的事情，我们就越愿意让它发生。在这种打压与反打压的过程中，我们的毅力得到了锻炼，使得我们不再畏惧任何困难。

但凡你想着难以容忍别人的打压，想着寻找机会摆脱对方的束缚，让自己变得更强大，你就会感谢打压你的人，是他让你百折不挠的精神有了苏醒，使得你不再畏惧任何人任何事，也使你更加渴望成功。

把自己塑造成职场中的“优质猎物”

要把自己塑造成一个职场中的“优质猎物”，归根结底还是要潜心修炼“内功”，使自己具有核心竞争力。

个人的核心竞争力包括个人技术能力、职业经验和综合素质。前两者往往受到众多职业人的重视，而综合素质非量化指标可以评测出来。

通常情况下，综合素质包含以下四个方面。

第一，良好的表达沟通能力。团队合作几乎是目前所有行业和职位需要的一种素质，而要实现良好的团队合作，良好的表达沟通能力必不可少。

第二，良好的体魄。从事任何工作，加班都是难免的，尤其是一些以项目为单位的工作，工作的节奏就更难把握了。如果没有一个好身体，怕是“青春饭”

吃完就没下顿了。

第三，良好的心理素质。工作的压力总是挥之不去，要学会自我调节。不管面对工作的低谷还是高潮，都能够心平气和，冷静对待，学会忍耐与坚持。

第四，良好的学习能力。“活到老，学到老”，这句话尽管是古人说的，用在当今却更加适宜。企业偏好有着不断学习意愿和能力的人。

提升个人的核心竞争力，才能在职场中立于不败之地。

而一个竞争力较强的职场精英往往会被猎头所青睐，使其主动找上门来。具体来说，吸引猎头的注意可以采取以下一些技巧。

1. 增加自己的知名度与曝光率

不论是在公司内部、个人的专业领域，或者目前所属业界都可以努力耕耘。比如，你可以常在报纸、专业杂志上发表文章建立专业形象；如有余力，还可接受外界演讲、授课的邀约；与媒体保持良好关系，时常成为受访对象，更是一种快速建立知名度的方式。

2. 主动将履历表寄给具有信誉的猎头公司

可以同时附上一份应征信，更能将个人的想法和理想传达给对方知道，让猎将你放在“可推荐名单”中，从此可不时参考来自猎头公司的机会。

3. 定期更新履历表

也许你搬了家、换了手机号码，甚至转换了工作领域，这些都可能使得“猎人”与你失去联络。虽然猎头公司各自有一份更新人才资料库的做法，然而你每主动更新一次，可以加深对方的印象，等于是在提醒对方：“目前有合适的工作可推荐给我吗？”尤其是转换工作领域者，例如：原本从事的是生产管理的工作，目前转做业务销售。如果你没有主动告知“猎人”，他可能还在继续替你留意生产管理领域的工作呢。

4. 成为“猎人”时常征询的“人脉”

担任财会经理的蔡小姐就是在和“猎人”接触过几次后，深切地感受到对方的诚恳。由于对该公司的信赖，蔡小姐也很愿意在有合适机会时将友人推荐给“猎人”。由于时常保持联络，因此有好机会时，“猎人”总会先问问蔡小姐有没有兴趣。在漫长的工作生涯中，如果有机缘能够和“猎人”建立长期的关系是最理想的。

把“要我做”变成“我要做”

管理学中的激励因素正是马蝇效应的恰当运用。

激励是心理学中的一个术语，是指心理上的驱动力，含有激发动机、鼓励行为、形成动力的意思，也就是说，通过某些内部或外部刺激，使人奋发起来，行动起来，去实现特定的目标。

简而言之，激励就是激发员工的自动力，调动员工的积极性，使员工朝向组织的目标做出持久的努力。

由激励激发的人的自动力和积极性是一种内部心理过程，这种心理过程不能被观察到，只能从行为和工作绩效上进行衡量和判断。

员工受到高度激励时，其行为通常表现出三个特点：

(1) 努力。这是员工在工作中表现出的行为强度。

(2) 持久。这是员工在完成工作任务方面表现出的长期性。五分钟热度不能叫积极性高。

(3) 与组织目标有关。这是员工行为的质量。

随着社会的发展，人们在管理中越来越强调激励的作用。激励的方式主要有物质激励和精神激励两种。物质激励，主要是指员工的薪水和福利，以保证企业的员工在经济上能够没有后顾之忧。精神激励，如工作丰富化、挑战性的工作、更多的安全感与成就感这些内心的收获。

不管一个员工在公司里的职位高或低，要想长久地留住人才，就必须能够使他从心理上、从感情上对目前和未来的工作环境，包括与同事、上司的人际关系具有好感。要达到这一点，有赖于对员工的有效精神激励。

此外，现代管理倡导一种有效的激励方式为按员工喜欢的方式去激励他们。

现代年轻人希望拥有安全，但面临危险时也并不畏缩，因为他们早已习惯照顾自己。他们如此坚强独立，并具创新精神的原因在于，他们能够照顾自己。他们凭着自己的本事解决了无数的问题，找出各种有创意的解决途径。而这些年轻人喜欢的管理方式已成为未来世界发展的趋势：

“我喜欢被管理的方式是：让我有自己作决定的空间，决定我要何时及如何做我的工作。我对自己的工作有责任感，并对工作成果负责任。上面管我管得越厉害，我越有理由责怪别人，我会说：如果照我自己的方法做，可以做得更好，我照着命令做，结果变得那么糟，这是因为你们要我这么做。我会变得不那么在乎工作，不那么投入了，并会产生太多的依赖性。相反地，我知道自己需要做什么，何时要完成，我一定会做好分内的事，并负起应负的责任。”

“我上司的管理风格非常自由，他让我去做我自己的事。我喜欢这样，这是某种程度的信任。对我而言，这使我有更强烈的工作动机。”

“我非常希望自己的想法对最后成果有更多影响力，这通常也会改善我的工作。如果我投入更多，我则可能在工作以外的时间也去思考。当我的想法受到重视，我会愿意全心全意为工作付出，这代表我将会付出更多的心血，工作质量会更好。”

“在我工作中，没有什么比主管说‘我信任你的判断’更叫人振奋的了。我需要一个同时扮演教练和导师角色的主管，他可以指引我，但必须让我用自己的翅膀飞。”

以上的管理趋势正是现代公司发展的目标，相信成功的主管能够从上述职员的心理中看出端倪，从而实施自由的激励措施，使年轻人能够大展宏图。

管理者可以根据员工不同的个性类型来设计激励措施。

1. 竞争型员工的激励

竞争型的员工在竞赛中表现特别活跃。要激励竞争性强的人，最简单的办法就是很清楚地把获胜的含义告诉他。他们需要各种形式的定额，需要有办法记录成绩，而竞赛则是最有效的方式。有一点经理必须明白，优秀的员工其本身已经具备强大的内在驱动力，这种驱动力可以引导，可以塑造，但却是教不出来的，因而给予他们最佳的激励方式便是巧妙地挑起竞争者之间的竞赛。

2. 成就型员工的激励

成就型的员工是理想的员工，他们自己给自己定目标，而且比别人规定的高。只要整个团队能取得成绩，他们不在乎功劳归谁，是优秀的团队成员。激励成就型员工的方式有好几种，一是要确保他们不断地受到挑战；二是不去管他们，因为成就型的员工他们会自己激励自己，经理只要把大目标给他们锁定，可以随他们怎么干；三是培养他们进入管理层，因为成就型的员工会像经理那样进行战略

思考，制定目标并担负责任。

3. 自我欣赏型员工的激励

自我欣赏型的员工突出的特点是他们感到自己很重要，因此，激励这种类型的员工的最佳方式便是让他们如愿以偿，让他们带几个实习生，因为这样能激励他们不断进取，如果新手达到了工作目标，就证明他指导有方；如果他没有业绩做后盾，是不能令新手信服的。

4. 服务型员工的激励

服务型的员工通常花很多时间款待宾客，跟宾客联络，但是他们的个性决定他们的业绩不会很大，因而他们往往不受重视，激励这些默默无闻的员工的一个方式是公开宣传他们的事迹，在大会上表扬他们。

成功的动机来自自我实现的需要

心理学家马斯洛指出，人类的基本需要可以分为生理需要、安全需要、归属和爱的需要、自尊需要、自我实现的需要五种。其中，“自我实现”就是一个人使自己的潜力发挥的倾向，成为自己所能成为的那种最独特的个体，使自己成为自己想成为的那种人。一个人在其他基本需要都得到满足以后，自我实现的需要便开始突出。这时候他会很乐意去工作，对他而言，这时候的工作不是生活所迫，不是为了金钱，也不是为了获取荣誉，而是一种兴趣。这时候他确实确实是以工作为乐，而不是以工作为负担。

在我国一所著名心理医院里发生了一件这样的事：

一位毕业的女大学生来求助于心理医生。她说自己失眠，没有食欲，月经失调，没什么能够激起她的兴趣，她感到生活是如此的缺少生趣，无聊乏味。医生经过详细的询问，知道了事情的原委：这名女大学生一年前毕业于一所还算比较有名的重点大学，毕业后找到了一份报酬丰厚却枯燥乏味的工作，在一个政府的办公室做秘书。在当今，对她的学历这是一份美差，靠着这份工作，她供养着整个家庭，每一个朋友都羡慕她丰厚的收入。

在这样一个相对来说很不错的条件下，她为什么会出现这样的问题呢？医生

与这位女大学生进行了推心置腹的交谈。这名学生说，她曾经是优秀的数学系大学生，渴望着继续攻读研究生。她喜欢做学问，但她的家庭生活的拮据状况，迫使她放弃了学业，去从事她并不喜欢的这份秘书工作，她觉得自己的生活没有意义。最初，她试图说服自己，应该感到自己是比较幸运和幸福的，应该对这份收入丰厚的工作心满意足。但是不行，随着这种生活的持续，一想到要毕生从事这种工作就使她感到压抑，现在，她内心空虚极了。

凭直觉，医生意识到，真正的问题在于这个女人认为生活无意义，认为自己浪费了天赋。医生认为她是因为没能发挥自己的天赋，没能把自己的才智用于数学的学术研究，所以感到极为沮丧和苦恼，这也许是她对生活感到厌烦，以至于在生理上对正常生活的乐趣（如进食）感到厌烦的主要原因。医生认为，任何天赋、任何能力都是一种动机，是一种实实在在的需求。这也得到了这位女大学生的赞同。医生建议她利用晚上的业余时间继续学习研究生课程，保持她在学术上的兴趣。这位女大学生听从了医生的建议，对学习作了安排，结果进展非常顺利。她变得活跃、快乐而且风趣。当她最后一次到医院时，她的大部分生理症状都已消失了。

这个病例可以使人们更好地看到到底什么成了人们的动机。

即便一个人的生理需要、安全需要、爱的需要、尊重需要都得到了满足，他还是会产生新的匮乏与不安。因为什么呢？他必须正在做他真正喜欢做的事。一位作曲家必须作曲，画家必须画画，学者必须搞研究，甚至一位老农必须每天到田间地头转一圈，否则他就会躁动不安，难以宁静。一个健康的人天性中能成为什么，他就必须成为什么，他必须忠实于他自己的生物本性。这就是我们所说的自我实现的需要。这一观点看起来似乎有点浪漫与不切实际，但毋庸置疑，每一个成熟的人，每一个其他需要都得到满足的人，都曾经思考过这个问题：我究竟适合于做什么？

不同的个体满足这一需要所采取的途径方式大不相同，有的人会想成为一位体育健将，有的人想当诗人，有的人想当官，有的人想在工商界一展才华等。在这一需求上，个人的独特性表现得淋漓尽致。

克服惰性，勤奋是成功的阶梯

两个和尚分别住在相邻两座山上的庙里，这两座山之间有一条河，两个和尚每天都会在同一时间下山去河边挑水，久而久之便成为了好朋友。不知不觉五年过去了，突然有一天左边这座山的和尚没有下山挑水，右边那座山的和尚心想：“他大概睡过头了。”因此也没太在意。

第二天，左边这座山的和尚还是没有下山挑水。一个星期过去了，右边那座山的和尚心想：“我的朋友可能生病了，我要过去看望他，看看能帮上什么忙。”等他看到老友之后，大吃一惊，因为他的老友正在庙前打太极拳，一点儿也不像一个星期没喝水的样子。

他好奇地问：“你已经一个星期没下山挑水了，难道你可以不用喝水吗？”朋友带他走到庙的后院，指着一口井说：“这五年来，我每天做完功课后会都会抽空儿挖这口井，即使有时很忙，但能挖多少算多少。如今，终于让我挖出了水，我就不必再下山挑水去了，可以有更多的时间练我喜欢的太极拳了。”

美国哈佛大学一位心理学教授指出，一个人在一生当中能否获得成功，智商的高低并不是决定性的因素。许多事实已经证明，不少获得重大成就的人，智商其实并不高。他们的成功，主要靠后天的勤奋努力。爱因斯坦说：“天才和勤奋之间，我毫不迟疑地选择勤奋，它几乎是世界上一切成就的催产婆。”这句话，应当成为我们每个年轻人的座右铭。

人都有惰性。躲在阳光下，暖洋洋的不想起来；坐在树荫下聊天不愿工作或沉迷于娱乐厅中流连忘返，致使好多应该做的事情没有做，也使好多本应成功的人平平淡淡。其罪恶之首，就是懒惰。懒惰是一种习惯，是人们长期养成的一种恶习。这种恶习只有一种成果，那就是使人躺在原地而不是奋勇前进。因此，要想具有一定成就就要改掉这种恶习。

那些游手好闲、不肯吃苦耐劳的人总是有各种漂亮的借口，他们不愿意好好地工作、劳动，却常常会想出各种理由来为自己辩解。确实，一心想拥有某种东西，却害怕或不愿意付出相应的劳动，这是懦夫的表现。无论多么美好的东西，人们只有付出相应的劳动和汗水，才能懂得这美好的东西是多么的来之不易，才能愈

加珍惜它。即使是一份悠闲，如果不是通过自己的努力而得来的，这份悠闲也就不甜美。不是用自己劳动和汗水换来的东西，你就不配享用它。

辛勤的劳动是成功的阶梯，勤劳的习惯是成功的动力。那些形成了工作习惯的人总是闲不住，懒惰对他们来说是无法忍受的痛苦。即使由于情势所迫，他们不得不终止自己早已习惯了的工作，他们也会立即去从事其他工作。那些勤劳的人们总是很快就会投入到新的生活方式中去，并用自己勤劳的双手寻找，挖掘出生活中的幸福与快乐。年轻人要享受成功的幸福，首先得有勤劳的习惯来付出你的辛劳汗水，只有这样，你才会收获耕耘的快乐。



马蝇效应告诉你：优秀是一种习惯

亚里士多德说：“人的行为总是一再重复。因此卓越的不是单一的举动，而是习惯。”

习惯的力量是巨大的，因为它具有一贯性。它通过不断重复，使人们的行为呈现出难以改变的特定的倾向。就像一句古老的箴言：“习惯就像一根绳索。每天我们都会织进一根丝线，它就会逐渐变得非常坚固，无法断裂，把我们牢牢固定住。”我们每天高达 90% 的行为是出自习惯的支配。可以说，几乎每一天，我们所做的每一件事，都是习惯使然。好习惯，提升你的竞争力；坏习惯，拉低你的竞争力。

希望自己优秀，首先要让自己养成优秀的习惯。

1. 善于学习

在风云变幻的职场中，思维活跃、能力超强的新人或者经验丰富的业内资深人士不断地涌进你所在的行业或公司，你每天都在与他人竞争，因此你必须不断提升自己的价值，增进自己的竞争优势，学习新知识并在工作当中学到新的技能。

在领导者的眼中，优秀的员工一定是善于学习的人。不要认为只能在教室里学到知识，好的员工要学会从自己的工作中吸取经验教训，向愿意分享的人学习能够学到的一切知识。要从书刊杂志以及互联网上获取信息，通过观察和了解新的趋势，使自己能从专家的角度进行思考，使自己更加自如地掌控未来的变化，

很好地帮助自己适应工作的多元化需要。

2. 有序工作

一名善于适应工作复杂化的员工，能够敏锐地分出工作的轻重缓急，把摆在面前的任务根据重要性分出不同的等级，然后将重要的工作马上完成。次要的和不太重要的可以先放一放，待时间充裕时完成。要将重要的部分进行明确化、简单化，同时集中精力解决问题，不能将所有工作以同样的方式进行处理。不重要的枝节要果断地去除，这样做的最终目的是将精力完全集中在某一点，避免做无用功。实在不能省去的部分就用其他简单的方法取而代之；将需要花费较少时间的工作积攒起来一次性完成。这样可以将复杂的工作简单化，能够提高效益和争取时间。

3. 认真负责

把每一个新情况当成机遇，看到事情光明的一面，把每一项挑战都看作是一个新的机遇，看作是对自己的智力和适应能力的测验，这样才会使自己获得真正的提高。有依赖心理的人在面对复杂化的挑战时往往把责任推给别人，他们会说“这不是我的责任”，或者“你决定吧”。而独立自主的人则会说“我来解决这个问题”“我会负责的”或者“我抽时间做吧”。有前一种态度的人永远也不会得到企业领导的信赖。

4. 适应压力

工作中的压力每个人都会有，但最主要的一点就是能否适应这份工作。如果适应的话，那么工作中的压力就是自己进步的动力，就会很从容地去面对，找出压力的根源所在。如果是知识欠缺，那么就要给大脑充电；如果是人际关系等其他方面欠缺，那么就要向有经验的人学习，多找公司的同事谈心。当然压力的来源很多，这就要求员工要自信，能够找出压力的根源，不断完善自我，不断留给自己发展的空间，才能够很好地适应工作中的压力。



身边的事例，常见的现象 告诉我们如何运用心理学

不可不学的心理学定律，提升生命质量！

墨菲定律——潜意识成就强大的自己

事情如果有变坏的可能，不管这种可能性有多小，它总会发生，并引起最大可能的损失。

羊群效应——别被潮流牵着鼻子走

对他人的信息不可全信也不可不信，凡事要有自己的判断，出奇能制胜。

权威效应——人微则言轻，人贵则言重

如果一个人地位高、有威信、受人尊敬，那么他所说的话、所做的事容易引起别人的重视，并使人相信其正确性。

互惠定律——爱别人就是爱自己

当从别人那里得到好处后，我们总觉得应该回报对方。

.....

每天读一点，成功掌控情绪、反应和行为！

ISBN 978-7-5429-4840-3



9 787542 948403 >

定价：36.00元